



# Industrias culturales y procesos de lectura. Puntos de partida para abordar la comunicación desde el patrimonio

**Florencio Cabello Fernández-Delgado**, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad de Málaga

El último tercio del siglo XX ha venido marcado en el ámbito de la investigación sobre comunicación por un viraje decisivo que ha trastocado buena parte de los conceptos y esquemas que hasta ese momento parecían indiscutibles. De este modo, y coincidente con una revalorización del sujeto destinatario y del acto de consumo o recepción dentro del proceso de comunicación, surge una nueva manera de comprender la ligazón mediática, las “mediaciones” que permiten imbricar lo social con unas industrias culturales en plena expansión. Estamos, en efecto, ante un enfoque más humano y social, más complejo y, sobre todo, radicalmente cultural. Tal visión culturalológica y centrada en los sujetos y grupos sociales como partícipes negociadores y productores de significados es hoy el único punto de partida posible para una comprensión de lo patrimonial-cultural en la sociedad actual y para cualquier investigación o acercamiento que desde el sector patrimonial se desee vehicular hacia el terreno de lo informacional. El presente artículo constituye una guía de enfoques clave, territorios de conceptos ineludibles, lecturas imprescindibles. Aquí se despliega, pues, una suerte de mapa con el que partir sobre el complejo terreno de las industrias culturales.

## **Cultural Industries and Processes of Reading. Departure Points for Engaging Communication from the Vantage Point of Heritage**

In the realm of communication research, the latter third of the 20th Century has been marked by a decisive turn which has shaken up most of the concepts and patterns which had hitherto seemed indisputable. Thus, and coinciding with a re-evaluation of the receiving subject and the act of consumption or reception within the communication process, a new understanding of the media liaison surfaces. "Mediations" which allow the weaving of the social into the fully-expanding culture industries. We are, indeed, facing a more human, more social, and, above all, radically cultural focus. This culture-, subject- and group-centred vantage point as negotiators and producers of meaning is, nowadays, the only possible departure point for an understanding of the cultural heritage in contemporary society, and for any research or approach which might be formulated towards the realm of information. The present essay is a guide to key focus points, unavoidable conceptual territories, essential readings. This, what unfolds here is a kind of map, a guide to a travel into the complex land of the culture industries.

Valga para empezar este itinerario teórico una anécdota minúscula, pero que al mismo tiempo resulta profundamente reveladora para presentar el empeño que guía el presente artículo. La tomo del profesor Martín-Barbero, quien, discutiendo en torno a los retos de la investigación en comunicación, refiere el episodio que le contaba un colega acerca de su etapa profesional en Radio Sutatenza, célebre emisora de Colombia consagrada a la “acción cultural popular”. Relataba este comunicador que los directivos de dicha cadena quisieron en un momento dado evaluar el resultado de dicha acción sobre la población campesina colombiana y encargaron la realización de una encuesta entre estos radioyentes. De tal investigación se desprendió una conclusión que dejó atónitos a dichos directivos: La abrumadora mayoría de los campesinos afirmaba que, entre toda la parri-lla de Radio Sutatenza -cargada de emisiones formativas, de información agrícola, de entretenimiento, etc.-, su programa preferido no era otro que *el rezo del rosario*. Ante esto, los encargados de la emisora, convencidos de que todo se debía a un error en la labor de los encuestadores o en el diseño de las preguntas, exigieron que se repitiera la encuesta entre los campesinos. Las respuestas de estos, empero, seguían contradiciendo empecinadamente las expectativas de los directivos, al señalar el rezo del rosario como el programa de mayor calado entre aquella población.

Todo se aclaró en cuanto uno de los encuestadores, asumiendo que no se trataba de ninguna confusión, se salió del guión para interesarse por la razón de tan marcada preferencia. La réplica de los campesinos fue unánime: “porque es el único programa en que podemos contestar a los de Bogotá; en el rezo del rosario ellos dicen una parte del avemaría y nosotros la otra, es el único programa en que no hablan ellos solos” (Martín-Barbero, 1989:96-97).

De entrada, y en un plano general, las obstinadas respuestas de la población rural colombiana nos sitúan cara a cara con algo que hoy no podemos ya reducir a una mera intuición: Por un lado, la asunción de que existe una discontinuidad fundamental en los procesos comunicativos que no cesa de invalidar nuestras más acabadas preconcepciones acerca de los *efectos* que a ellos presuntamente se les atribuyen. Por más férrea que nos parezca la cadena de producción y difusión mediática en distintos momentos históricos, una observación minuciosa nos revela la invariable presencia de *eslabones perdidos* que sitúan una fractura constante en el ámbito de los destinatarios. Y ello se trate de radios populares acon-

sejando a campesinos colombianos sobre sus cosechas o de gobiernos occidentales alarmando al mundo sobre la amenaza de las armas de destrucción masiva. Por otro lado, y desprendiéndose de la fractura citada, se constata que aquellos a quienes se dirige la producción mediática, los llamados “receptores”, no pueden ser reducidos a un esquema de pasividad y disciplinamiento, sino que en ellos es identificable también una voluntad de participación, una disposición a la réplica, por más que esta sea no más que la mitad del Avemaría.

Nos hallamos, pues, ante una invitación en toda regla a reflexionar sobre la comunicación como un proceso abierto que no acaba cuando las últimas flechas del cuadro comunicativo clásico llegan al destinatario, sino que se imbrica en la vida cotidiana de la gente y se pone en juego en sus dinámicas de construcción cultural. A lo largo de las siguientes páginas defenderé que tal invitación se constituye en la actualidad como punto de partida imprescindible para un acercamiento teórico o de cualquier otro tipo entre la dimensión mediática y la patrimonial. Con este fin se recogen en el presente texto las principales líneas de investigación que en las últimas décadas se han ocupado de estudiar los vínculos entre recepción, comunicación y cultura. Para acometer tal repaso considero necesario precisar previamente dos conceptos que van a revelarse como cruciales, el de “industrias culturales”, por un lado, y el de “vida cotidiana”, por el otro.

## Industrias culturales

Para orientar las pesquisas en torno a recepción, consumo y cultura, es necesario delimitar el foco de estudio precisando en qué sentido se emplea el concepto de “industrias culturales”. No conviene pasar por alto, en efecto, que este término ha experimentado una notable evolución desde que a finales de la década de los cuarenta, y en el nuevo contexto político surgido tras la Segunda Guerra Mundial, fuera puesta en circulación por dos de los representantes de la Escuela de Frankfurt, Theodor Adorno y Max Horkheimer.

Muy esquemáticamente, la producción moderna de la cultura entraña, para estos autores, la irrevocable degradación de esta a la categoría de *mercancía*, en virtud de la imbricación plena de dicho proceso en la lógica industrial. En efecto, dicha lógica implica, por una parte, una inversión de capital y una división del trabajo (gestionadas mediante las refinadas técnicas de *management*) y,

por otra parte, la serialización y estandarización cultural que, según ellos, entraña una grave amenaza de control social y de envilecimiento. Y ello a través de una cultura reducida a puro *entretenimiento* que mimetizaría trabajo y ocio en una estructura en cadena para ulteriormente anular cualesquiera crítica o resistencia.

De su análisis de este planteamiento de la “unidad del sistema” (por la cual la fabricación en cadena de transistores equivaldría a la producción editorial o radiofónica) Martín-Barbero concluye la necesidad de una crítica profunda de estos planteamientos que se centre en dos polos: en primer lugar, en el *esquematismo* totalizador que se deriva de la mencionada unidad, del cual se desprendería que “todos los films dicen lo mismo” al considerar que toda su trama “no es más que el triunfo del capital invertido” (Horkheimer y Adorno: 1971:151, cit. Martín-Barbero, 1987:50). En segundo lugar, en la *atrofia de la actividad* del espectador, que Martín-Barbero de nuevo localiza eminentemente en los trabajos de Adorno y Horkheimer sobre el cine: “El film no deja a la fantasía, ni al pensar de los espectadores, dimensión alguna en la que puedan moverse por su propia cuenta, con lo que adiestra a sus víctimas para identificarlo inmediatamente con la realidad” (Horkheimer y Adorno: 1971:151, cit. Martín-Barbero, 1987:51).

A lo largo de las últimas décadas, no obstante, el concepto de “industrias culturales” se ha ido asentando cada vez más en los estudios de comunicación, superando diferencias notables de paradigma, y ello, tal como subraya Enrique Bustamante, tras recorrer “un largo camino de despojamiento de sus iniciales connotaciones nostálgicas o peyorativas” (Bustamante, 2003:22). El empleo que de este término se realiza en el presente artículo es, en efecto, fundamentalmente deudor de la precisión conceptual que de él lleva a cabo Bustamante.

Para empezar me interesa su defensa de la mayor precisión de esta denominación respecto a la clásica de “medios de comunicación masivos” o, más allá, de “cultura de masas”, en la medida en que estas, *sensu stricto*, sólo darían cuenta de aquellos productos culturales que se ajusten a un esquema comunicativo de punto a masa (excluyendo así la consideración del libro, del disco o de la propia prensa escrita). Frente a ello, Bustamante estima que las “industrias culturales” nos permiten ampliar el foco hasta englobar “toda una serie de creaciones simbólicas que, multiplicadas en numerosas copias en soportes materiales o inmateriales, van al encuentro de sus receptores” (Bustamante: 2003:21).

Junto a ello, subraya Bustamante su pertinencia para reflexionar sobre la insoslayable trabazón contemporánea de la cultura con la industria y el mercado, que crecientemente tratarían de someterla a los engranajes de la homogeneización, la difusión masiva, la rentabilidad y la producción/satisfacción de necesidades. Ahora bien, esta concepción no lleva a Bustamante a caer en dos tentaciones fundamentales de la concepción clásica de las industrias culturales.

Por un lado, la rendición al pesimismo fatalista y paralizante que subyace en las teorías de Horkheimer y Adorno. Bien al contrario, es justamente para afrontar los formidables conflictos que pone sobre el tapete la mencionada trabazón que Bustamante apela a no eludir la consideración de los continuos entrecruzamientos, relaciones y también contradicciones que se dan entre cultura y comunicación e industrialización: “Este concepto [las industrias culturales] tiene la ventaja de unificar el campo de la cultura industrializada con el de los medios informativos, o mejor dicho, de restituir la unidad y las interrelaciones que mantienen ambos en la práctica”(Bustamante: 2003:22).

Por el otro, la equiparación total de las industrias culturales al resto de industrias, que pasaría por alto algunos rasgos específicos de estas, imprescindibles para comprender su funcionamiento, como son los referidos específicamente a su forma de consumo: su naturaleza de bienes indivisibles e inagotables, que dificulta su mercantilización; la profunda incertidumbre de su consumo y la proliferación consiguiente de instancias especializadas en la intermediación; la naturaleza acumulativa de dicho consumo; y el efecto de diferenciación social ligado a él (Bustamante: 2003:23-24).

## Lo cotidiano como campo de investigación

Acometer hoy investigación y poner en marcha proyectos prácticos en el ámbito del patrimonio, la cultura y la recepción ha de partir asimismo de una andadura de estudios que han identificado la *vida cotidiana* como terreno para explorar.

De entrada se impone reconocerle plena pertinencia a aquella “des-territorialización” (Martín-Barbero: 1989: 151) que Martín-Barbero reivindicó para el campo de la comunicación hace casi dos décadas. Con tal denominación, este comunicador al que Rosana Reguillo otorgaría el

“noble título de cartógrafo mestizo” (Martín-Barbero: 2002:10) sintetizaba la apuesta que numerosos investigadores venían lanzando hacia instrumentos de conocimiento *transdisciplinares* y, sobre todo, la urgencia de reconocer las tramas humanas, la experiencia vital y social y la creatividad que fluyen bajo la superficie de las tecnologías y los mecanismos mediáticos. Consecuentemente, se trataría de asumir la cotidianidad, no como tema que rescatar nostálgicamente o que aislar etnológicamente para descifrarlo, sino como terreno, por más que movedizo y esquivo, que explorar.

Esta convicción, fraguada por interesantes esfuerzos previos procedentes fundamentalmente de disciplinas vinculadas a la Historia (*nouvelle histoire*, *grass-roots history*, *microstoria*), culmina en el periodo inmediatamente posterior a la revuelta de mayo del 68 con la confluencia intelectual de diferentes autores, entre los que destacaré tres: Pierre Bourdieu, Michel Foucault y Michel de Certeau. Cada uno de ellos, desde diversos ángulos, se aventura en esta etapa en los difusos contornos de lo cotidiano.

Por lo que concierne a Bourdieu, va a consagrar ampliamente su labor sociológica a la crítica a las teorías sobre la acción y el sujeto dominantes en aquel momento mediante la noción de *reproducción*. A partir de aquí, Bourdieu bucea con agudeza en las prácticas cotidianas para extraer de ellas elementos con que sustentar su teoría de la acción basada en el *habitus* de clase, que define como un conjunto de disposiciones duraderas basadas en la incorporación de la experiencia del agente, disposiciones que habilitan a este para posteriormente trasponerlas con el fin de interpretar y afrontar las diversas exigencias del mundo social. Más allá de este esquema analítico donde dichas prácticas cotidianas son insertas y sistematizadas, el esmerado y minucioso estudio etnológico que, especialmente en *Esquisse d'une théorie des pratiques* (Bourdieu, 1972), lleva a cabo sobre la organización del hogar o las estrategias matrimoniales y reproductivas de la Cabilia o el Béarn, supone una cumbre en el (re)descubrimiento del espesor y la complejidad de las tramas sociales que habitan en lo cotidiano.

Será este espesor y complejidad de lo cotidiano el que atraiga también la atención de Michel Foucault, si bien desde una óptica sensiblemente distinta. Así, este filósofo sacude los cimientos de la concepción clásica del poder como algo localizable en estructuras, en instituciones o en el Estado, defendiendo que se definiría más bien como una relación de fuerzas que se desprende de una situación estratégica en un contexto social concreto,

relación de fuerzas para la que acuña el término *biopoder*. Y si, según él, el poder no es sino una relación, entonces este se hace presente en todas partes, atravesando a los sujetos en su interacción social, no sólo en la clásica forma de la represión, sino como producción de una suerte de invasión y gestión de la cotidianidad humana. Uno de sus más célebres e influyentes análisis de esta *microphysique du pouvoir* lo constituye sin duda la obra *Surveiller et punir* (Foucault, 1975).

Mayo del 68 también marcaría el devenir intelectual y vital del historiador francés Michel de Certeau, profundamente conmocionado por la sacudida cultural que por entonces recorre Francia y otras zonas del mundo. Sus consideraciones sobre la vida cotidiana han sustentado y animado profundamente la travesía por el territorio de la recepción, el consumo y la cultura que se analiza en este artículo. A partir de 1968, en efecto, algo (mucho) de la forma de concebir la cultura y de actuar en ella es dejado atrás para siempre y se abre una aguda crisis en la que son numerosos los interrogantes que se le plantean a este pensador.

Dichos interrogantes lo conducen finalmente a reconsiderar de raíz la perspectiva sobre la que se fundaba su reflexión anterior y a hacer borrón y cuenta nueva para partir en pos de un terreno de investigación desde el que poder dar cuenta de tales mutaciones culturales. He aquí el punto de partida de su apasionada apuesta por la vida cotidiana, que en él adquiere un cariz sensiblemente divergente de aquella atención que veíamos que le dedica Michel Foucault. Pues allá donde este acude a descubrir y descifrar la expansión de los procedimientos minúsculos y penetrantes que constituyen aquella “microfísica del poder”, de Certeau, sin ignorar el calibre de tal movimiento opresor, no deja de asombrarse al detectar la multiplicidad diseminada de signos que apuntan, en una dimensión igualmente *micro*, a la resistencia y la creatividad de gente ordinaria que burla el control del poder en una porfía nómada por (re)conquistar una libertad que siempre es provisional. Y ello ya desde sus primeros trabajos de los setenta, fundamentalmente el citado *La culture au pluriel*, del que las conclusiones nos adelantan algunas pistas decisivas de su orientación posterior.

En dicha obra el historiador francés hace notar cómo los mecanismos de disciplinamiento que despliega el sistema para encasillar lo social son incesantemente puestos en jaque por prácticas cotidianas que desafían la planificación autoritaria en el urbanismo, en los *media*, en la educación formal, en el trabajo asalariado

o incluso en la propia religiosidad. Abundan, según él, los síntomas que apuntan a una ruptura, a un conflicto hondo que subyace bajo la estructura social, aparentemente homogénea y estable, y que sintetiza en dos contradicciones esenciales: *cultura dura-cultura blanda* y *cultura en singular-cultura en plural*.

Por cultura *dura* designa el autor la de aquellas industrias que, a lo largo del siglo XX, mutan el acceso universal a la cultura en “recepción” homogeneizada y operan la traumática represión de sus vertientes populares destinada a convertir al pueblo en *público*. A lo largo de este periodo, la cultura se convierte a manos de dichas industrias en “terreno de un neocolonialismo [que] instala allí imperios, como las naciones europeas del siglo XIX ocupaban militarmente continentes desarmados” (Certeau, 1993:206). A ella se contraponen la *blanda*, ese pulular múltiple y escurridizo que se obstina en desbaratar los cálculos de la anterior racionalidad con su fluidez y su uso desviado (“salvaje”) de los signos prefabricados, actividad desconocida (si no rechazada) para los análisis estadísticos o apegados a la transparencia del significante.

La segunda de las contradicciones remite en De Certeau a dos maneras de aproximarse a lo que para él constituye la fascinante y enigmática “noche oceánica” de la cultura. En ella, según el historiador francés, se fundirían una “vida opaca, testaruda”, que atesora en un mosaico de prácticas cotidianas la memoria silenciosa e intangible de mutaciones y agitaciones pasadas, con las emergentes invenciones que irrumpen creativamente señalando las insurrecciones por venir. “Esta frontera móvil”, alegará de Certeau, “separa a los hombres del poder de *los otros*” (Certeau, 1993:211). Dicha frontera supone, pues, desde la perspectiva *singular*, una disfunción, un estorbo, más aún, un agravio para su encasillamiento político o científico de lo social. Frente a ella se erige un proyecto totalitario que ansía sepultar *lo otro*, las prolíficas divergencias culturales que no se conforman al signo del poder, bajo un horizonte de unificación.

En 1980, seis años después, el antropólogo francés retoma estas cuestiones con gran minuciosidad y sutileza en el primer volumen de *L'invention du quotidien* (“La invención de lo cotidiano”). A partir de aquí se trataría, según él, de cambiar el foco desde el ámbito de la *producción* de disciplinamiento (que privilegia el estudio de las “tecnologías” de vigilancia y castigo) al de su puesta en jaque por parte de los *consumidores* (eufemismo que, según de Certeau, trata de ocultar su auténtica condición de *dominados*), aprestándose a



En San Gimignano. Flavio M.



A todas horas. Andrew Ciscel



Siempre. Sam's Exotic Travel Photos, [www.samsays.com](http://www.samsays.com)





Los medios, los efectos. Jérôme Clerc

“distinguir las operaciones casi de microbio (*quasi microbiennes*) que proliferan en el interior de las estructuras tecnocráticas, cuyo funcionamiento desvían mediante una multitud de *tácticas* articuladas sobre los *detalles* de lo cotidiano” (Certeau, 1990).

Este trascendental viraje investigador, que lo conduce a lo largo de la obra a repasar diversas teorías precedentes al respecto, así como a transitar por los modos cotidianos de practicar el espacio, de emplear la lengua y de creer (Certeau y otros: 1980), supone reconocer que existe una contrapartida a aquel “neocolonialismo” cultural que toma lo cotidiano como presa por excelencia de sus procedimientos de sujeción social. Porque la vida cotidiana contendría asimismo, en el sigilo y la multiplicidad irreductible de sus prácticas, un decisivo componente de inconformismo y de invención que no hay que pasar por alto si se pretenden abordar las encrucijadas culturales donde se juega hoy la configuración de nuestra sociedad en otros términos que los derrotistas de una presunta condena a la pasividad y a la dominación.

Tal viraje queda sintetizado por el autor francés en una noción, la de “antidisciplina”, que a partir de entonces cala profundamente en ciertas corrientes de las ciencias sociales y, de modo destacado, en los *cultural studies*.

He aquí, pues, las claves que llevarán a estudiar el consumo (ese “eufemismo”) de los productos de las industrias culturales más allá de dichas industrias, sin recluirse en lo que pasa en los grandes *media* o en lo que acota la disciplina comunicativa. Queda así expresada la intención de adentrarse en la “noche oceánica”



Escuchando la radio. Alexandra Sedova

de lo cotidiano, metáfora con la que de Certeau advertía ya de que aquel análisis que intentara abarcarla y reducirla a sus generalizaciones se toparía con la “frontera de un silencio” (Certeau: 1993:211) de la que sólo extraerían signos muertos. Y si se abrían estas consideraciones con la apuesta por la “desterritorialización” que Martín-Barbero lanzaba en “De los medios a las mediaciones”, concluyen aquí con su recreación de la metáfora de De Certeau en esa misma obra, donde defiende que si alguna reterritorialización cabe, esta habrá de venir de la mano de un “mapa *nocturno*”: “pero la más secreta tendencia parece ir en otra dirección: la de avanzar a tientas, sin mapa o con sólo un mapa *nocturno*. Un mapa para indagar no otras cosas, sino la dominación, la producción y el trabajo, pero desde el otro lado: el de *las brechas, el consumo y el placer*” (Martín-Barbero, 1987:229).

## Repaso histórico de investigaciones sobre recepción y consumo

### Walter Benjamin

El recorrido histórico que aquí se emprende parte de una primera referencia teórica procedente de la citada Escuela de Frankfurt y que tomo de Jesús Martín-Barbero. Pues, en efecto, el autor abulense se interesa ampliamente por estudiar las aportaciones a la investigación sobre los usos de (y la resistencia a) las industrias culturales por parte de Walter Benjamin, del que destaca así su “heterodoxia” (Martín-Barbero, 1987:56) y sus divergencias con los principales teóricos de la Escuela de Frankfurt, así como las reprobaciones que ello le granjeó.

De entrada, Martín-Barbero señala la preocupación fundamental de Benjamin por los *márgenes*, la cual le vendría dada por su percepción de la *discontinuidad* de la realidad, que lo empuja a un movimiento intelectual centrífugo y a un constante entrecruzamiento de disciplinas en busca de relaciones históricas que hicieran posible articular las mutaciones culturales con las de orden productivo y económico. A partir de aquí enfatiza el profesor de Ávila la trascendencia que para Benjamin mereció la *experiencia* como eje de análisis de aquellas relaciones, noción que el filósofo alemán rescató del rechazo que inspiraba entre sus colegas y que lo empujaría a la investigación sobre los espacios de percepción (estuvieran estos localizados en la fábrica, en el cine, en los nuevos trazados urbanos, en la literatura marginal o en los folletines) como mediación clave para analizar cómo construyen las masas su cultura al margen de y en oposición a la cultura elevada.

Desde estas premisas en 1936 Benjamin emprende en “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica” (Benjamin, 2003) un cuidadoso examen de las transformaciones de las tecnologías de reproducción desde una óptica esencialmente distinta de aquella que se refirió al comienzo. De este modo el autor alemán destierra cualquier tentación tecnocrática que contemple un progreso neutral para apostar por una indagación que revele lo que de los anhelos y la sensibilidad de las “masas” confluye en dichos cambios técnicos. Y ello desde el convencimiento previo de que “despojar el objeto de su velo, destruir su aura, es lo que caracteriza a una percepción cuyo sentido para lo idéntico en el mundo es tal que la capacita para captar igualmente, por medio de la reproducción, aquello que es único” (Benjamin, 1973:71).

De esta suerte de profanación del aura sagrada que hasta entonces rodeaba el arte y la cultura y los mantenía a salvo de su acceso y disfrute por las masas se desprende el impulso clave que, según Benjamin, define esa otra sensibilidad. Se trata del *acercamiento*, noción sobre la que basa su distinción entre dos modos de recepción contrapuestos: el recogimiento y la dispersión. El primero, en efecto, remite a una concepción estética clásica que no sólo respeta, sino que restaura incesantemente el distanciamiento hacia la obra de arte, sintetizado en esa actitud de recogimiento. En cuanto a la *dispersión*, implica operaciones de acercamiento que, sirviéndose de las nuevas técnicas de reproducción, rechazan la distancia respecto de la cultura y el arte y apuntan a un cuestionamiento y

una liquidación (de índole inconfundiblemente igualitaria) de las distinciones y privilegios ligados a ella. Y dichas operaciones, subraya Benjamin en otro giro cardinal, no las pone en marcha un receptor individualizado, sino que tienen por actor a la masa “que sumerge en sí misma la obra artística” en lugar de entregarse a ella.

Dimensión colectiva, tendencia a la supresión de la distancia, sentido igualitario y orientación emancipatoria, he aquí algunas características originales y fértiles que Benjamin conjuga con las novedades tecnológicas y con las que contribuye tempranamente a una conceptualización de la recepción ya plenamente desde los *márgenes*.

### Teoría de *uses and gratifications*

Otro polo de reflexión sobre la recepción parte de la *Mass Communication Research* estadounidense, y más concretamente de aquellos intentos que desde los años cuarenta intentaban matizar, a través de las teorías de la recepción en grupo o del “doble flujo”, la inicial concepción de los efectos omnipotentes e indiferenciados de los *mass media* planteada por Harold Lasswell. Estos avances van a dar pie a partir de los cincuenta a un importante giro en la perspectiva *funcionalista* de los medios, reflejado en la teoría de “usos y satisfacciones” (*uses and gratifications*), que concentra su atención en el otro extremo de la cadena, los receptores, sustituyendo la pregunta “¿qué efectos producen los medios sobre la gente?” por esta otra, formulada por Elihu Katz, “¿qué hace la gente con los medios?”.

Tras los tempranos estudios de las décadas de los cuarenta y cincuenta y un periodo irregular en que predominan los análisis sobre población infantil y se reconsideran y amplían algunos postulados previos, la teoría de *uses and gratifications* es retomada con energía en la década de los setenta. Llegados a este momento, varios autores consideran que esta línea de estudio ha alcanzado suficiente madurez como para continuar limitada, como hasta el momento, a un trabajo de campo centrado casi exclusivamente en la recogida directa de testimonios de los receptores sobre las necesidades y placeres que cubrían con su consumo mediático. Urge, según ellos, emprender una tarea de análisis teórico destinada a organizar el gran volumen y la dispersión de la información recabada hasta entonces mediante la construcción de taxonomías de las funciones y satisfacciones que para los receptores proporcionan los medios.



Comenzando por el propio Harold Lasswell, este distinguía ya en 1948 tres funciones primordiales de los medios, como índices de las satisfacciones que en ellos encuentran los receptores: la de vigilancia del entorno, la de interrelación entre los miembros de la sociedad y la de transmisión de la herencia cultural y social (Lasswell, 1948), a las que Charles Wright (1960:605-620) añadiría en los años sesenta una cuarta, la de entretenimiento, que suponía ya la entrada de lo afectivo en estas clasificaciones. En 1972 McQuail, Blumler y Brown distinguen en su estudio los siguientes usos que los televidentes realizan de su consumo mediático: información, integración e interacción social, identidad personal (reforzamiento de los valores, seguimiento de pautas de comportamiento, autoconocimiento, etc.) y entretenimiento (McQuail y otros, 1972:135-165). Casi dos décadas después, James Lull complementaría este análisis con su investigación etnográfica acerca del consumo televisivo. La tipología que de ahí extrajo Lull contempla dos clases de usos sociales de la televisión, los estructurales y los relacionales. Los primeros se refieren a su empleo como fuente de compañía (ruido de fondo) y entretenimiento, o bien como reguladora del horario familiar, de las actividades domésticas o de los modos de expresarse. En cuanto a los relacionales, se destaca la televisión como facilitadora de la comunicación, las relaciones y el aprendizaje sociales, así como proveedora de competencias y de autoridad (Lull, 1990:36).

Ahora bien, una de las taxonomías más asentadas fue la que definieron en 1973 Katz, Gurevitch y Haas (1973:164-181), quienes, partiendo de una visión de los medios como instrumentos que los individuos adaptaban a sus necesidades, identificaron un total de treinta y cinco necesidades que aquellos cubrirían, las cuales agruparon en cinco categorías básicas: necesidades cognitivas, afectivas, de integración personal, de integración social y de liberación de tensiones. En 1985, estos tres mismos autores retomarían críticamente algunas de estas reflexiones en su artículo *Reaching Out: A Future for Gratifications Research* (Katz y otros, 1985:255-273), en el que aportan cuatro elementos que estiman muy relevantes en su propósito de actualización y revisión teórica de esta corriente.

El primero de ellos lo formulan como la importancia del proceso de *lectura*, en el que el lector poseería un amplio margen para descodificar el texto y extraer de él múltiples sentidos, más allá de los pretendidos por el autor. Salta a la vista la influencia de las recientes pesquisas semió-

ticas y literarias, especialmente de la noción de “lectura negociada”, que Stuart Hall (sobre el que se vuelve más adelante) había comenzado a elaborar en 1973 y cuya definición primera era la siguiente: “La descodificación dentro de la versión negociada contiene una mezcla de elementos adaptados y de confrontación: tiene en cuenta la legitimidad de las definiciones hegemónicas para dar forma a las significaciones fundamentales mientras que, en un nivel más restringido y concreto, fabrica sus propias reglas sobre el terreno y opera con *excepciones* a la regla” (Hall, 2004:235).

El segundo elemento incide en la importancia cada vez mayor que los investigadores conceden a los medios como instrumentos de propaganda y a la necesidad de estudiar, en este sentido, cómo recibe la audiencia dicho contenido ideológico. En tercer lugar, ponen el acento sobre el papel de la televisión como medio difusor de una cultura de carácter universal. En este sentido destaca el análisis empírico que el propio Katz y Liebes emprenden acerca de las claves multiculturales de recepción de la conocida serie estadounidense “Dallas”. De dicho estudio concluyen que, por más que los televidentes desplieguen una “constante negociación entre sus propios valores y aquellos del programa” (Liebes y Katz, 1990:286), buena parte de los roles y las situaciones de la serie son comprendidos y asimilados universalmente, pese a la tremenda distancia geográfica, idiomática (en algunos casos, los receptores no sabían inglés y debían seguir los diálogos leyendo los subtítulos) y cultural. Finalmente, Katz, Blumler y Gurevitch subrayan ya la importancia ineludible que en el estudio de la recepción mediática posee el análisis de las estructuras económicas, políticas y culturales que la rodean.

La expansión de Internet ha venido últimamente acompañada de un resurgir de los estudios de *uses and gratifications*, los cuales no sólo buscan aplicar las taxonomías heredadas de sus predecesores, sino que incluso las revisan bajo la suposición de que esta novedosa red podría dar lugar a nuevas formas de utilización de los medios. En definitiva, desde sus inicios hasta la reciente orientación a Internet, esta teoría ha supuesto una ruptura con las concepciones funcionalistas previas de los efectos omnímodos de los media contribuyendo a resarcir, sobre todo metodológicamente, al receptor. Ahora bien, ello no implica que sus principios funcionalistas hayan sido cuestionados. Bien al contrario, su herencia directa queda patente en su escasamente elaborada definición de los receptores

que no cuestiona el propio esquema mediático y legitima la vuelta de tuerca neoliberal del “consumidor soberano” al hacernos pasar de la concepción determinista de un consumidor abstracto, sin voz propia, “a un receptor tan concreto que se ha llegado a olvidar en qué sociedad vivía, ocultando, a la vez, el árbol y el bosque” (Mattelart, 1993:270).

## Lingüística y teoría literaria

En el apartado anterior, al subrayar la relevancia de la obra de Katz, *Reaching Out: A Future for Gratifications Research*, se enfatizó la influencia que sobre sus ideas acerca de la descodificación activa y la “lectura negociada” tenían los recientes estudios semióticos, lingüísticos y literarios. Dichas investigaciones, qué duda cabe, constituyen un precedente indispensable en lo que al estudio de los lectores-consumidores y de sus aproximaciones a los textos de las industrias culturales se refiere.

En este sentido hay que comenzar destacando a Mikhail Bakhtin, uno de los primeros estudiosos de la literatura en detectar la importancia de estas cuestiones. Así, este lingüista ruso defiende tempranamente una concepción “dialogica” del lenguaje que, sin negarle cierta independencia de las distintas orientaciones sociales que en él concurren, subraya que este no es de ningún modo neutral y que para su comprensión es relevante reparar en los contextos específicos en los que los individuos realizan sus modos de expresión particulares (Bakhtin, 1974).

Otra referencia clave en esta primera mitad del siglo XX para los posteriores estudios sobre la recepción la constituye el filósofo y escritor Jean-Paul Sartre, quien escribe en 1947 un original ensayo titulado *Qu’est-ce que la littérature?*. En él se defiende por primera vez de manera abierta que el análisis de la literatura ha de conceder al lector una importancia igual a la que se viene dando al escritor: “Será el esfuerzo conjugado del autor y del lector el que hará surgir este objeto concreto e imaginario que es la obra del intelecto. No existe arte más que para y por el otro (*pour et par autrui*)” (Sartre, 1948:93, traducción del autor).

La brecha que en el estudio literario provoca esta afirmación del filósofo francés será ampliamente prolífica, abriendo un vasto campo de investigación inexplorado hasta entonces, donde confluirán no sólo estudiosos de la literatura, sino también comunicadores, semiólogos, psicólogos, etc. El filósofo y ensayista Jean Staro-

binski reformula más de diez años después la reflexión de Sartre al argüir que “debemos poder interesarnos por la génesis de las obras sin por ello olvidar que una segunda génesis, más importante, comienza con la lectura de la obra acabada” (Starobinski, 1959:13, traducción del autor).

Y no otra cuestión preocupa a Umberto Eco cuando en 1958 prepara la ponencia para el Congreso Internacional de Filosofía que será la base de su *Opera aperta* (Eco, 1962), publicada cuatro años más tarde y con la que el filósofo piamontés desencadenó una virulenta polémica, no sólo en la teoría literaria y en la joven semiótica, sino en el terreno comunicativo, artístico y hasta político de la Italia de principios de los sesenta. En ella Eco parte de su interés hacia los nuevos movimientos artísticos que experimentan con una búsqueda consciente de la ambigüedad como gesto estético que enriquece la obra al apelar a la implicación y participación del receptor. Inspirado en estas originales experiencias, Eco opera una ruptura radical con la concepción aristocrática e idealista del arte, en lo que supone la apertura de una línea de pensamiento que proseguirá en buena parte de su obra literaria y semiótica posterior. En ella, parte de una concepción de la obra artística como “mecanismo perezoso” (Eco, 1981:76) para defender que su interpretación constituye un proceso abierto de interacción comunicativa entre el “autor” y el “lector”, en el que la “cooperación” de este último adquiere un carácter creativo, mucho más claro si cabe en aquellas piezas contemporáneas que el autor deja deliberadamente sin acabar para empujar al receptor a completarlas por sí mismo.

En Francia una convulsión similar es desencadenada seis años más tarde por Roland Barthes con su artículo *La mort de l’auteur*, en el que defiende el destronamiento del autor (sustituido por el *scripteur* -¿“escriba”?-), que no inventa nada, sino que hace componendas -*bricole*) (Barthes, 1984:61-69). En esta misma línea profundizará Michel Foucault en 1969 al presentar en la Sociedad Francesa de Filosofía una conferencia titulada *Qu’est-ce qu’un auteur?* (Foucault, 1994:789-821). Tal interés de la teoría literaria por la problemática del lector también cala por esta época en los investigadores alemanes reunidos en torno a la escuela de Constanza (Hans Robert Jauss y Wolfgang Iser), quienes darán lugar a lo que se ha conocido como teoría de la recepción -*Rezeptionstheorie*- o estética de la recepción -*Rezeptionsästhetik*- (Jauss, 1976:126-162; Iser, 1976).

Finalmente resulta también de interés destacar la importante apuesta que la lingüística ha realizado en las últimas décadas por estudiar los enunciados desde una atenta consideración a la diversidad de *contextos* en que aquellos pueden surgir. Dichos contextos aluden tanto al conjunto discursivo en el que una frase se inserta como a los condicionantes sociales y culturales (factores de índole extralingüística) de los agentes implicados en la interacción lingüística (*usuarios*, pues, de la lengua) y que, en última instancia, influyen decisivamente en la interpretación del significado de dicho enunciado.

De tan escueto repaso por algunas aproximaciones a la problemática del receptor desde la lingüística y la teoría literaria se concluiría que hay que reconocerles a estos análisis un papel clave en el giro producido en muy diversas disciplinas hacia la recepción. De ellos, en efecto, parte una crítica, a veces demoledora, de la jerarquía literaria que concede primacía al autor, así como una reivindicación de la lectura dentro de una concepción más amplia e interactiva de lo literario como “acto” o “proceso” de índole comunicativa.

## Cultural studies anglosajones

Uno de los autores que se considera heredero de aquella “estética de la recepción” aludida más arriba es el jamaicano Stuart Hall, al que ya se nombró previamente al tratar la “lectura negociada” y al que se retorna aquí en su condición de figura fundadora de los denominados *Cultural Studies* anglosajones. Esta corriente de investigación nacida en Inglaterra supone un hito en el estudio del consumo mediático y en la temprana atención a las *asimetrías* de lectura que lo caracterizan, preocupándose así por estudiar la recepción desde una perspectiva social profundamente enraizada en la vida cotidiana de los consumidores.

En su obra “Introducción a los estudios culturales”, Armand Mattelart y Érik Neveu (2004) realizan una completa relación de los antecedentes históricos que, en el contexto del Reino Unido, prefiguran el surgimiento de esta escuela, desde la tradición de pensamiento denominada *Culture and society*, marcada por el desasosiego ante la decadencia de la cultura en el marco de la pujante sociedad industrial meca-

Sociabilidad en el tele-club. Unesco



nizada, hasta los *English Studies* y su concepción de la cultura como artífice de la civilización y la cohesión social y nacional.

Por lo que respecta al contexto social y político de la época, Mattelart y Neveu coinciden en señalar el año 1956 como fecha simbólica de los conflictos que sacudían la sociedad en esa época, con la crisis del canal de Suez y el aplastamiento soviético de la insurrección de Budapest. El primer evento hacía revivir el fantasma del feroz colonialismo británico y el segundo marcó profundamente a toda una generación política de izquierdas que, desolada ante el cariz del modelo comunista, se aleja cada vez más de los fundamentos marxistas clásicos y se lanza a la búsqueda de alternativas marcadas por la heterodoxia, la crítica y la inquietud por lo contemporáneo y lo cotidiano. A ello se sumaban la desconfianza hacia las promesas de movilidad social que cristalizaban en aquella época con la extensión del acceso a estudios universitarios para amplias capas de la población inglesa, así como los palpables síntomas de desafección y extrañamiento por parte de los jóvenes de la clase

obrera no sólo ante dicha movilidad, sino también con respecto a los valores, las luchas y la retórica política clásica de sus mayores.

En este sentido, remarcan Mattelart y Neveu la insoslayable influencia que en los *Cultural Studies* ejerció la obra de dos importantes pensadores británicos críticos del marxismo, Raymond Williams y el mencionado Edward P. Thompson. En cuanto al primero, consagró buena parte de su obra teórica a un análisis de la cultura que deja atrás tanto el reduccionismo marxista, que la desdeña por considerarla totalmente sometida a los determinantes económicos (y en ello muestra su deuda con Antonio Gramsci y su concepto de “hegemonía cultural”), como aquel otro reduccionismo literario que entendía la cultura y el arte como algo al margen de (y ello equivalía a *por encima de*) la sociedad y la historia, coto privilegiado de artistas, intelectuales y especialistas.

A partir de aquí, Williams se lanza ya desde finales de los cincuenta a una tarea investigadora que supone un profundo desplazamiento en la forma de reflexionar sobre la dimensión simbólica que impregna toda la vida social y sobre la profunda imbricación de la cultura con la experiencia cotidiana. Así, este prolífico pensador emprende en 1958 en *Culture and Society* un estudio genealógico de la noción de “cultura” en la sociedad industrial que lo lleva a concluir lo siguiente:

“La cultura es ordinaria: he aquí el primer hecho. Toda sociedad humana posee su propia forma, sus propias motivaciones, sus propios significados. Y expresa todo esto en instituciones, en las artes y en el aprendizaje. La construcción de una sociedad supone el hallazgo de significados y direcciones comunes, y el crecimiento, debate y revisión activos de ellos bajo la presión de la experiencia, el contacto y el descubrimiento, que se inscriben sobre el terreno. [...] a través de esto vemos la naturaleza de una cultura: la de ser siempre tradicional y creativa a un tiempo [...] Algunos escritores reservan esta palabra para uno u otro de estos sentidos; yo insisto en ambos, y en lo significativo de su conjunción. [...] La cultura es ordinaria, en cada sociedad y en cada mente” (Williams, 1993:6, traducción del autor).

La otra gran figura de la *New Left* británica, E. P. Thompson, va a concebir su obra *The Making of the English Working Class* (Thompson, 1963) como una abierta crítica al apego de Williams a una concepción literaria “evolucionista” que sigue poniendo el acento

Mujeres de Burkina Faso. Unesco. Dominique Roger



en la cultura como algo singular. A ella la confronta Thompson con su visión de la cultura *en plural*, esto es, construida a lo largo de un conflictivo proceso histórico de transformación de las experiencias, los modos de vida y las ideas, íntimamente ligado a las luchas sociales. En cualquier caso, resulta evidente la influencia de Williams en el propósito de Thompson de construir su obra como un intento de reflexionar sobre la cultura liberándose del lastre marxista que la supe-dita totalmente a la base económica para, en sus propias palabras, “abordar lo que considero en Marx como un auténtico silencio. Un silencio en el terreno de lo que los antropólogos denominan el *sistema de valores* [...] Un silencio respecto de las mediaciones de tipo cultural y moral” (Thompson, 1976, cit. Mattelart y Neveu, 2004:40).

Es, pues, en este convulso contexto social y político británico que aparece en 1957 la que se considera obra pionera de los *cultural studies*, *The uses of literacy* (literalmente, “Los usos de la alfabetización”), escrita por Richard Hoggart. Estamos ante una obra audaz y sutil, cuya lectura asombra por el riesgo de su propuesta tanto como por el de su enfoque metodológico, ambos decididamente pioneros. Todo lo que en la teoría comunicativa, pero también en la literaria, lingüística y semiótica, se puede identificar como una carencia generalizada, esto es, la contemplación de la comunicación de masas desde la multitud de circunstancias que se entretejen en lo cotidiano y la atención por la recepción a través de la experiencia de sujetos y grupos concretos, lo encontramos en este trabajo con un grado de elaboración y minuciosidad extremado.

No en vano Hoggart se zambulle en el ámbito de los *media* escritos (en aquel momento los más influyentes) desde la radical cotidianeidad de la clase obrera e insiste en la compleja, contradictoria y, según él, no poco inquietante interacción que se produce entre su cultura y la cultura industrializada que representan los periódicos, las revistas y demás publicaciones masivas. De este modo Hoggart se distingue de los estudios mediáticos predominantes hasta entonces por abordar la industrialización cultural desde una temprana crítica del consumo que no reincide ni en el denominado “funcionalismo de lo peor” (Bourdieu y Passeron, 1963:998-1021), que sólo detecta en él la marca de un determinismo opresor, ni en su correlato entusiasta de índole culturalista, con su afán por recortar en la cultura popular una nueva esencia revolucionaria igualmente predeterminada. La grave exa-

geración de ambas tendencias (sintetizada por García-Canclini en la siguiente cita), nos demuestra hasta qué punto la investigación de este profesor inglés marca una ruptura fundacional:

“... se insistió tanto en la contraposición de la cultura subalterna y la hegemónica [...], que ambas fueron pensadas como exteriores entre sí. Con el supuesto de que la tarea de la cultura hegemónica es dominar y la de la cultura subalterna es resistir, muchas investigaciones no parecen tener otra cosa que averiguar fuera de los modos en que una y otra cultura desempeñan sus papeles en este libreto” (García-Canclini, 1984:70).

Así pues, Hoggart estructura *The uses of literacy* en dos partes bien diferenciadas, que reflejan la oposición clave en torno a la que gira su estudio. En la primera, *An “older” order* (“Un orden más antiguo”), nos brinda un rico retrato de la *experiencia cotidiana* de la clase trabajadora de determinados barrios obreros del norte de Inglaterra, describiendo minuciosamente su atmósfera vital desde muy diversas perspectivas (moral, cultural, socioeconómica, familiar, barrial, laboral, festiva, etc.). Con ello pretende ofrecer una caracterización suficientemente detallada de su vida ordinaria que le permita sostener una de sus tesis centrales, la de la *continuidad* histórica de la cultura tradicional de estas clases populares (y ello, apostilla, “para bien y para mal”). Es así cómo llega a definir un conjunto de rasgos fundamentales de la población trabajadora, entre los que destaca el marcado sentido de clase y su consiguiente solidaridad (la diferencia entre “ellos” y “nosotros”, “them and us”, título del tercer capítulo), los fuertes lazos familiares, la tolerancia, el apego a lo concreto y las relaciones personales, el escepticismo, el inconformismo, la capacidad de resistir (relacionada con cierto sentido vital trágico) y la alegría de vivir, que es disfrute del momento.

Sobre tan elaborado trasfondo social Hoggart aborda en la segunda parte de la obra, *Yielding place to new* (“Cediendo terreno a lo nuevo”), la poderosa implantación de una “cultura de masa” que supone que “las apelaciones de los publicistas de masas se realizan hoy, por numerosas razones, más insistentemente, con más efectividad y de una forma más comprensiva y centralizada de lo que se hacía previamente” (Hoggart, 1977:24, traducción del autor). Esta expansión de la cultura industrializada, que el autor estudia en las publicaciones escritas, conlleva para él





Lectores en grupo. Unesco. Dominique Roger

una serie de tendencias nocivas, sobre todo en tanto que destruyen un conjunto de valores morales y sociales tradicionales que aprecia como fundamentales y dignos de ser mantenidos. Frente a esto, añade, lo que de positivo podrían aportar las nuevas actitudes introducidas por la masificación cultural no es suficientemente promovido y apoyado, con lo que el saldo total de estas transformaciones resulta para él decididamente empobrecedor.

Ahora bien, la clave de estas reflexiones sobre el decisivo conflicto entre lo popular y lo masivo reside en que Hoggart no cae en ningún momento en la citada tentación de considerar ambas culturas como *escindidas* entre sí, sino que desde el principio plantea como otra de sus tesis capitales la de que ese conflicto se articula de un modo mucho más sutil, solapado y *cómplice*. Ello conlleva una exigencia de desplazar el foco de atención para captar “cómo las apelaciones de las publicaciones de masas mucho más ampliamente difundidas conectan con actitudes comúnmente aceptadas, cómo están alterando esas actitudes y cómo están encontrando resistencia” (Hoggart, 1977:18-19).

Partiendo de estas premisas, este padre de los *cultural studies* se interroga acerca de los *vínculos* que permiten relacionar los mencionados valores populares tradicionales con esos otros “nuevos” que las clases dominantes (“ellos”) imponen crecientemente a través, en este caso, de sus publicaciones masivas. Así, por ejemplo, Hoggart identificará el “igualitarismo democrático”, que reabsorbe la distinción de clases y empuja a los obreros a un creciente *desclasamiento*, como basado en el sentido y la solidaridad grupales. Finalmente, la conclusión que el investigador inglés extrae de su estudio incide en desterrar las tesis de los efectos directos y poderosos de los *media*, si bien sin ignorar el calibre de la amenaza cultural que supone la *pérdida* de la riqueza de buena parte de los valores tradicionales obreros y su progresiva captura y sustitución por otros promovidos por los poderosos a partir de predisposiciones favorables de las clases subalternas.

Nos hallamos, pues, ante una obra singularmente pionera en la investigación sobre aquellas “mediaciones de tipo cultural y moral” en el ámbito de los medios de comunicación y las industrias culturales.





Fátima mira la telenovela. Mavi Villatoro



En las calles. Claudius Prober

En efecto, la ambivalencia y el conflicto presentes en las dinámicas culturales contemporáneas son agudamente captados y puestos de manifiesto por Hoggart, si bien, como él mismo reconocía años más tarde, la vertiginosa mutación de estas interacciones exige revisar las reflexiones más apegadas al contexto temporal inmediato. Sea como fuere, las percepciones de este autor supondrán a partir de entonces un punto de referencia indispensable para la aparición y desarrollo de los *cultural studies*.

Habrà que esperar aún siete años, no obstante, para que se funde el que será el instituto de investigación que constituirá la referencia clave del florecimiento de esta corriente investigadora a uno y otro lado del Atlántico (mayoritariamente, en el ámbito anglosajón): El *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS), en el seno de la Universidad de Birmingham. Me detendré brevemente a comentar la obra del que sería su director a partir de 1968, Stuart Hall, ya no sólo por su condición de *founding father* de estos estudios y por su prominencia política en la época, sino también por la gran influencia que su citada *Encoding/Decoding* ejercerá sobre posteriores estudios sobre recepción.

Muy interesado en la introducción del concepto de "hegemonía" de Gramsci en el campo de los *cultural studies*, Hall aborda a lo largo de su obra una gran multiplicidad de temáticas, habitualmente ligadas al imaginario popular y los media (las secciones rosa de los periódicos, las fotografías de prensa, el racismo en

los discursos comunicativos o las subculturas juveniles), pero también referidas a discusiones ideológicas de fondo. En concreto, en *Encoding/Decoding* (Hall, 1973; Hall y otros, 1980:128-138) adapta esquemas previos, aplicados hasta el momento exclusivamente en literatura o en procesos de comunicación interpersonal, al ámbito de la comunicación masiva. En este sentido, subraya la importancia de la posición social de la recepción, proponiendo tres posibles códigos interpretativos de los textos mediáticos: una lectura hegemónica, por la que el lector asume por completo el código del texto y reproduce la lectura preferente; una lectura negociada, que, como apunté previamente, supone que el lector maneja alternativamente tanto el código del texto como otros propios que reflejan sus intereses; y una lectura contrahegemónica, la de aquellos cuya situación social los sitúa en clara contradicción con el código dominante y, consecuentemente, lo rechazan y lo interpretan desde códigos alternativos de diferente índole.

A partir del impulso conjunto de Hoggart y Hall como directores e investigadores destacados del CCCS, éste comienza una etapa de florecimiento merced a "la segunda generación de los estudios culturales". En ella destacan a estudiosos como Dick Hebdige, Charlotte Brunsdon, Dorothy Hobson, David Morley o Paul Willis, quienes van a abrir nuevas e interesantes líneas de trabajo en torno a la cotidianidad y los medios de comunicación, además de incorporar el influjo de corrientes pujantes de la época, como los estudios de mujeres o aquellos otros sobre minorías

étnicas. De dicha segunda generación parten obras colectivas de amplia repercusión como la referida *Culture, Media, Language*.

Sin embargo, no será hasta los comienzos de los ochenta (época asimismo de la expansión de los *cultural studies* en Norteamérica y algunos puntos de Europa) cuando la cuestión del consumo mediático adquiere una posición central para esta escuela, en un “giro etnográfico” que, según Mattelart y Neveu, se caracteriza por poner a prueba empíricamente en contextos cotidianos el modelo de codificación-descodificación provisto por Hall. Esta tendencia la abren Charlotte Brunsdon y David Morley (1999) con su análisis de la recepción del informativo *Nationwide*, y la continuará este último en *The “Nationwide” Audience* (Morley, 1980), en el que, si bien comprueba la validez del esquema de Hall, identifica también no pocas cuestiones problemáticas a las que dicho esquema no alcanza a responder, eminentemente la concepción de la recepción como determinada por otros factores que no son sólo los de clase (grupos étnicos, etc.).

Otro autor destacado es el australiano John Fiske, que, en obras como *Television Culture* (Fiske, 1987) o *Understanding popular culture* (Fiske, 2001), se ocupa de la lectura de textos televisivos y, más allá, de las interacciones de los consumidores con centros comerciales, modas, películas o estrellas musicales como Madonna. En sus trabajos Fiske concede un papel preponderante al consumidor por encima de los productos de las industrias culturales, atiende al elemento de placer que puede hallarse en la lectura y destaca la noción propuesta por de Certeau de *écart* (que se puede traducir como “desvío”, aunque también podría entenderse como “distancia” o “separación”) entre la cultura industrializada y la vida cotidiana, desvío en el cual la cultura popular surgiría.

La llegada de los noventa marca un momento de crítica y revisión de la deriva de los presupuestos de los *cultural studies*, así como del diseño de sus investigaciones y de sus instrumentos metodológicos, y ello por más que su expansión se mantenga constante a lo largo de esta década. En ello influye, por supuesto, el contexto político y cultural de la época. En esta línea el propio Stuart Hall anticipa en 1990 cómo la incipiente expansión capitalista, que afecta de lleno a la dinámica cultural británica y comienza a ejercer su influencia en otras partes del mundo, conlleva la urgente necesidad de replantearse las categorías sobre las que se construyen los *cultural*

*studies* y de asumir los nuevos retos que suponen la fragmentación de las identidades sociales o los fenómenos migratorios (Hall, 1990:222-237).

Para concluir considero indispensable apuntar las críticas principales que los mencionados Mattelart y Neveu, en su obra citada, dirigen a esta corriente, sin por ello dejar de reconocer sus decisivas aportaciones. En primer lugar, echan de menos en muchos de estos estudios, sobre todo a partir de Hoggart y Thompson, un mayor conocimiento de los fundamentos de las ciencias sociales, particularmente de la sociología cultural, resaltando que ello podría haberlos alejado de ciertas desviaciones populistas que tienden a sobrevalorar determinados aspectos. Pero sobre todo les van a achacar un abandono de la historia y de la economía que proviene, según ellos, del rechazo extremo al “reduccionismo económico” y de “la obsesión por el pequeño objeto, por la trivialidad de las pequeñas historias en la amnesia de los mecanismos sociales que determinan su producción” (Mattelart y Neveu, 2004:148). Por lo que respecta concretamente a la historia, si bien reconocen las aportaciones de Thompson y Williams, echan claramente de menos una consideración de los procesos sociales y políticos en su densidad temporal y una atención por la incorporación de las tradiciones culturales que permitirían dotar de mayor base a sus análisis. Junto a ello, les inquieta el rechazo hacia la dimensión económica que determina la producción cultural y mediática (más aún cuando uno de los principios que esta escuela reivindicó en sus orígenes fue el de la necesidad de un enfoque transdisciplinar) y sobre todo su reciente incorporación, acrítica en buena medida, de los paradigmas de la “globalización”.

## Estudios culturales desde la otra América

Una última referencia indispensable por lo que respecta a la investigación reciente sobre el consumo es, sin duda, la de aquellos autores que, desde las particulares circunstancias culturales y sociales sudamericanas, tratan de indagar en la recepción mediática a través de las derivas de las culturas populares en el panorama de las industrias culturales mundializadas, asumiendo para ello una perspectiva *fronteriza*, apegada a los márgenes. Considerados a menudo herederos de los mencionados *cultural studies*, alguno de estos autores no se ha sentido demasiado cómodo con esta catalogación, como expresa nitidamente Martín-Barbero:

“Nosotros teníamos estudios culturales desde hace mucho tiempo. [...] Yo no empecé a hablar de cultura porque me llegaron cosas de afuera. Fue leyendo a Martí, a Arguedas que yo la descubrí y con ella los procesos de comunicación que había que comprender. Uno no se ocupaba de los medios: estaban en la fiesta, en la casa, en la cantina, en el estadio. [...] Nosotros habíamos hecho estudios culturales mucho antes de que esta etiqueta apareciera” (Martín-Barbero: 1996:47-53).

Entre estos autores destacan especialmente el brasileño Renato Ortiz, con su trabajo sobre la “moderna tradición” (Ortiz, 1988) y la expansión de lo “internacional popular” (Ortiz, 1994); el chileno José Joaquín Brunner, preocupado por las transformaciones sociales recientes y su influencia en el “sistema cultural”, no sólo de Chile, sino de toda América Latina (Brunner, 1997); o el mexicano Jorge González, con su enfoque de lo cotidiano desde los “frentes culturales”, en su propósito por conocer de qué manera se conforman los públicos de las industrias de la cultura (González, 1987). Ahora bien, dos son los autores de esta *escuela* que ejercen una influencia sobresaliente en el presente estudio, el argentino Néstor García-Canclini y, sobre todo, el abulense Jesús Martín-Barbero.

Por lo que respecta a García-Canclini, resulta ciertamente destacado su esfuerzo por reflexionar sobre el consumo desterrando la herencia funcionalista de la separación tajante entre medios y audiencias (especialmente aquella variante que reduce a estas a la mera docilidad) y contemplando la comunicación como un espacio donde también se dan relaciones de *colaboración* y *transacción* a través de los dispositivos hegemónicos. Más allá, resulta igualmente inspiradora su insistencia en superar el reduccionismo y la compartimentación que caracterizan este tipo de estudios y su propuesta de enfocarlos desde una óptica multidisciplinar que atienda a sus dimensiones simbólica, sociopolítica y también económica. Desde esta perspectiva, el consumo es definido por el autor argentino como “el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos”, subrayando el carácter *colectivo* de dicha *apropiación* para distinguirla nitidamente de “la mera posesión individual de objetos aislados” (García-Canclini, 1995:58-59 y 69).

Por otro lado a partir del desplazamiento sugerido en su obra “De los medios a las mediaciones”, Martín-Barbero sostiene que dichas *mediaciones* (definidas

como “articulaciones entre prácticas de comunicación y movimientos sociales”) han de permitir a la investigación comunicativa superar la empobrecedora centralidad de los medios y dar cabida a la multiplicidad de factores sociales que conforman las prácticas de consumo. Asimismo el autor abulense considera que esta atención hacia las mediaciones evita que se pierda de vista que la hegemonía no es ejercida *desde fuera*, sino mediante dispositivos que toman elementos inscritos en lo popular y los moldean para reabsorber las contradicciones sociales.

En este sentido, Martín-Barbero estima capital rescatar otra idea a la que se ha aludido en páginas anteriores, la de las *asimetrías* de competencias, de demandas, de idioma, de tradición cultural, pero también temporales-las asincronías- que existen entre los diferentes lectores. Dicha atención hacia las asimetrías está en la base de su marcado interés por rastrear las diversas *matrices de cultura* (núcleos originarios de significados desde los que se comprende el mundo y se integran sus transformaciones) que intervienen en la comunicación, enclave estratégico, según él, para abordar los más decisivos conflictos sociales y políticos contemporáneos.

De ahí la importancia que Martín-Barbero concede en el análisis de las industrias culturales a la adopción de una perspectiva histórica que no se limite a recoger los hitos tecnológicos o económicos que jalonan la implantación de los distintos medios de comunicación, sino que dé cuenta de la sustancial *continuidad* de las culturas populares a través de las sucesivas mutaciones mediáticas, en lo que vendría a ser “una historia de la constitución de lo cultural que nos permita pensar esta continuidad” (Martín-Barbero, 1989:203).

## Nota

Este trabajo se publica bajo licencia Attribution-Share Alike 2.5 Spain de Creative Commons. Usted es libre de copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra así como de hacer obras derivadas de ella bajo las siguientes condiciones: Primero, al reutilizar o distribuir la obra, tiene que dejar bien claro los términos de la licencia de esta obra. Segundo, alguna de estas condiciones puede no aplicarse si se obtiene el permiso del titular de los derechos de autor. Y finalmente, nada en esta licencia menoscaba o restringe los derechos morales del autor. Más información en: <http://es.creativecommons.org/>

## Bibliografía

**BAKHTIN, M.** *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento. El contexto de François Rabelais*. Barcelona: Barral Editores, 1974

**BARTHES, R.** *La mort de l' Auteur. Le bruissement de la langue*. París: Éditions du Seuil, 1984

**BENJAMIN, W.** *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. México D.F.: Itaca, 2003

**BENJAMIN, W.** *Petite Histoire de la Photographie*. En *L' homme, le langage et la culture*. París: Éditions Denoël, 1973

**BOURDIEU, P.** *Esquisse d' une théorie des pratiques*. Ginebra: Droz, 1972

**BOURDIEU, P. Y PASSERON, J. C.** *Sociologues des mythologies et des sociologues. Les Temps Modernes*, vol. XIX, n.º 211, París, diciembre de 1963

**BRUNNER, J. J.** *América Latina: Cultura y modernidad*. México: Grijalbo, 1997

**BRUNSDON, C. Y MORLEY, D.** *The "Nationwide" Studies*. Londres: Routledge, 1999

**BUSTAMANTE, E.** *Las industrias culturales, entre dos siglos*. En Bustamante, E. (coord.) *Hacia un nuevo sistema mundial de información. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa, 2003

**CERTEAU, M. DE** *L' invention du quotidien*, vol. 1. *Arts de faire*. París: Gallimard, 1990, p. XL [Certeau, M. de *La invención de lo cotidiano*, vol. 1. *Artes de hacer*. México D.F.: Universidad Iberoamericana, 1996]

**CERTEAU, M. DE** *La culture au pluriel*. París: Éditions du Seuil, 1993

**CERTEAU, M. DE, GIARD, L. Y MAYOL, P. L'** *invention du quotidien*, vol. 2. *Habiter, cuisiner*. París: Union Générale d' Éditions, 1980 [Certeau, M. de, y Giard, L. *La invención de lo cotidiano*, vol. 2. *Habitar, cocinar*. México D.F.: Universidad Iberoamericana, 1999]

**ECO, U.** *Lector in fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo*. Barcelona: Lumen, 1981

**ECO, U.** *Opera aperta. Forma e indeterminazione nelle poetiche contemporanee*. Milán: Bompiani, 1962 [Eco, U. *Obra abierta. Forma e interpretación en las poéticas contemporáneas*. Barcelona: Ariel, 1990]

**FISKE, J.** *Television culture*. Londres: Methuen, 1987

**FISKE, J.** *Understanding popular culture*. Londres: Routledge, 2001

**FOUCAULT, M.** *Qu'est-ce qu'un auteur ? Dits et Écrits, 1954-1988*, t. I (1954-1969). París: Gallimard, 1994

**FOUCAULT, M.** *Surveiller et punir: Naissance de la prison*. París: Gallimard, 1975

**GARCÍA-CANCLINI, N.** *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México D.F.: Grijalbo, 1995

**GARCÍA-CANCLINI, N.** Gramsci con Bourdieu. Hegemonía, consumo y nuevas formas de organización popular. *Revista Nueva Sociedad*, n.º 71, Caracas, marzo-abril 1984

**GONZÁLEZ, J.** *Frentes Culturales: culturas, mapas, poderes y luchas. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. 1, n.º 3, Universidad de Colima, México, 1987

**HALL, S.** *Codificación y descodificación en el discurso televisivo. Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 9, Universidad Complutense de Madrid, 2004

**HALL, S.** *Cultural Identity and Diaspora*. En Rutherford, J. (ed.), *Identity: Community, Culture, Difference*. Londres: Lawrence and Wishart, 1990

**HALL, S.** *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. Ponencia presentada en el Council of Europe Colloquy de septiembre de 1973 [Hall, S. *Codificación y descodificación en el discurso televisivo. Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 9, Universidad Complutense de Madrid, 2004]

**HALL, S.** *Encoding/Decoding*. En Hall, S., Hobson, D., Lowe, A. y Willis, P. *Culture, Media, Language*. Londres: Routledge, 1980

**HOGGART, R.** *The uses of literacy. Aspects of working-class life, with special reference to publications and entertainment*. Harmondsworth: Penguin Books, 1977

**HORKHEIMER, M. Y ADORNO, T.** *Dialéctica del Iluminismo*. Buenos Aires: Editorial Sur, 1971

**ISER, W.** *Der Akt des Lesens. Theorie ästhetischer Wirkung*. Munich: Fink, 1976

**JAUSS, H.-R.** *Literaturgeschichte als Provokation der Literaturwissenschaft*. En Warning, R. (ed.) *Rezeptionsästhetik*. Munich: Fink, 1976

**KATZ, E., BLUMLER, G. Y GUREVITCH, M.** *Reaching Out: A Future for Gratifications Research*. En Rosengren, K., Werner, L. y Palmgreen, P. *Media Gratifications Research: Current Perspectives*. Beverly Hills: Sage, 1985

**KATZ, E., GUREVITCH, M. Y HAAS, H.** *On the uses of the mass media for important things*. En *American Sociological Review*, vol. 38. Washington D.C.: ASA, 1973

**LASSWELL, H.** *The Structure and Function of Communication in Society*. En Bryson, L. (comp.) *The Communication of Ideas*. Nueva Cork: Harper & Brothers, 1948

**LIEBES, T. Y KATZ, E.** *The Export of Meaning: Cross-Cultural Readings of Dallas*. Nueva York: Oxford University Press, 1990

**LULL, J.** *Inside Family Viewing: Ethnographic Research on Television's Audiences*. Londres: Routledge, 1990

**MARTÍN-BARBERO, J.** *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: G.Gili, 1987

**MARTÍN-BARBERO, J.** *Nosotros habíamos hecho estudios culturales mucho antes de que esta etiqueta apareciera* (entrevista con Ellen Spielmann). *Dissens*, n.º 3, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 1996 [consultado en [www.javeriana.edu.co/pensar/Rev33.html](http://www.javeriana.edu.co/pensar/Rev33.html) (última consulta: 9 agosto 2007)]

**MARTÍN-BARBERO, J.** *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, México D.F.: Fondo de Cultura Económica, 2002

**MARTÍN-BARBERO, J.** *Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerarios para salir de la razón dualista*. Naucalpan: G. Gili, 1989

**MATTELART, A.** *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias*. Madrid: Fundesco, 1993

**MATTELART, A. Y NEVEU, E.** *Introducción a los estudios culturales*. Barcelona: Paidós, 2004

**MCQUAIL, D., BLUMLER, J. Y BROWN, R.** *The television audience: a revised perspective*. En McQuail, D. (ed.) *Sociology of Mass Communication*. Middlesex: Penguin, 1972

**MORLEY, D.** *The "Nationwide" Audience. Structure and decoding*. Londres: BFI, 1980

**ORTIZ, R.** *A moderna tradição brasileira: Cultura brasileira e indústria cultural*. Sao Paulo: Ed. Brasiliense, 1988

**ORTIZ, R.** *Mundialização e cultura*. Sao Paulo: Ed. Brasiliense, 1994

**SARTRE, J.-P.** *Situations, II, Qu'est-ce que la littérature?* París: Gallimard, 1948

**STAROBINSKI, J.** *Enquête sur la méthode critique. Les Lettres nouvelles*, n.º 17, 24 de junio de 1959

**THOMPSON, E. P.** *Conversations with M. Merrill. Radical History Review*, mayo 1976

**THOMPSON, E. P.** *The Making of the English Working Class*. Londres: Victor Gollancz, 1963

**WILLIAMS, R.** *Culture and Society*. Londres: Hogarth Press, 1993

**WRIGHT, C. R.** *Functional Analysis and Mass Communication*. En *Public Opinion Quarterly*. vol. 24, n.º 4, Nueva Jersey: University of Princeton, 1960