

González Hernández, David

Los medios de comunicación y la estructuración de las audiencias masivas  
Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, Vol. XV, Núm. 29, junio-sin mes, 2009,  
pp. 37-68  
Universidad de Colima  
México

Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=31611562003>



*Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*  
ISSN (Versión impresa): 1405-2210  
[pcultura@cgic.ucol.mx](mailto:pcultura@cgic.ucol.mx)  
Universidad de Colima  
México

# Los medios de comunicación y la estructuración de las audiencias masivas

David González Hernández

## Resumen

El trabajo es un planteamiento conceptual para el estudio de la relación medios-audiencia desde una perspectiva estructural pero con énfasis en lo que comúnmente se denomina recepción. Para ello, se examinan avances en tres sistemas de interpretación que encontraron un sustento esencial en la teoría de la estructuración de Anthony Giddens; Klaus Bruhn Jensen desde el pragmatismo y la semiótica peirciana; John B. Thompson desde la teoría social y el marco interpretativo de la hermenéutica profunda; y Guillermo Orozco desde las mediaciones, la comunicación y educación. Tres autores que han re-establecido algunas certezas teórico-metodológicas en relación con la comunicación y su estudio. Esto supone discutir fuentes teóricas, tradiciones y articulaciones para enfocarse en los conceptos claves y abarcar lo que queda nebuloso en las teorías y maneras de acercarse al estudio de la relación de los sujetos con los medios.

Palabras clave: Sistemas de interpretación, Recepción, Audiencias

## Abstract

### **Media of Communication and the Structuration of Mass Audiences**

This paper presents a conceptual approach for the study of the media-audience relation from a structural perspective but with emphasis on reception analysis. For this purpose it examines the advances in three systems of interpretation that have a substantial anchorage in the structuration theory of Anthony Giddens: Klaus Bruhn from the perspective of pragmatism and Peircean semiotics, John B. Thompson from the perspective of social theory and the interpretive framework of depth hermeneutics, and Guillermo Orozco from

cultural mediations, communication and education. These three authors have re-established some theoretical-methodological certainties in relation to communication studies. This requires discussing theoretical sources, traditions and articulation in order to focus on the key concepts and thus identify what remains hazy in these theories and how they approach the study of the relation of subjects with the media.

**Keywords:** Interpretation Systems, Reception, Audiences

**David González Hernández.** Mexicano. Profesor de tiempo completo de Comunicación en la Universidad Autónoma de Baja California Maestro en Comunicación con Especialidad en Difusión de la Ciencia y la Cultura por el ITESO. Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Iberoamericana Noroeste. Obtuvo el Premio Nacional de tesis de maestría del Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación en Ciencias de la Comunicación (CONEICC) en 2004. Miembro de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) y co-coordinador de la Mesa de Recepción desde 2006. Su última publicación es el libro “El sueño americano en México. Televisión estadounidense y audiencias juveniles en Tijuana”, UABC. 2008. Áreas de interés: Recepción de medios, formatos y contenidos mediáticos, medios de comunicación; [dgonzalez@uabc.mx](mailto:dgonzalez@uabc.mx)

En 1992, cuando ya se habían dado algunos intentos de buscar a la audiencia activa (Ang, 1991; Jensen y Rosengren, 1990), James Lull estableció que lo mejor que puede realizar la teoría social para ayudar a comprender a las audiencias de los medios de comunicación es proveer un marco para el análisis, que ofrezca la visibilidad de la interacción entre la gente y los medios, así como qué significan estas actividades en términos estructurales. La respuesta que buscaba, al igual que muchos investigadores que consideraban a la audiencia como activa, la encontró en las propuestas realizadas por Anthony Giddens en su extraordinario libro *The Constitution of Society* (1984), donde el autor inglés centraba su atención en cómo los seres humanos inciden reflexivamente —a veces no tanto—, sobre el mundo en el que viven.

Parte de su búsqueda teórica se dirigía a los aportes sobre la actividad de los agentes sociales, integrando las realidades micro y macro sociales, la localización de dinámicas de comunicación, la atención a las rutinas y conductas de la vida cotidiana, la capacidad socio-expresiva de las personas y el predominio del concepto de *regla*:

Ante todo, como principio organizador social y cultural en el discurso cotidiano y, segundo, como perspectiva teórica que eclipsa las leyes científicas en la construcción de la teoría; una confianza en la evidencia empírica

como fundamento de la construcción teórica; una perspectiva crítica de la investigación empírica, una orientación multimetodológica que con las ilustraciones de la literatura provistas por el propio Giddens promueve la etnografía disciplinada como modelo de estrategia de investigación; y finalmente, un énfasis en la contradicción social y el conflicto. ¿Cómo puede aplicarse entonces la teoría de la estructuración de Giddens al estudio de las audiencias de los *mass media*? (Lull, 1992, s.p.).

La reconstrucción del contexto de recepción, es decir, la naturaleza y la relación entre los entornos microsociales y macrosociales de comunicación, requería y representaba, por lo tanto, una respuesta multidimensional, que ha tenido su base en la creciente caracterización empírica de los contextos de recepción y la construcción de categorías a partir de la subjetividad de los receptores. De ahí los intentos conceptuales y metodológicos para dar cuenta de los procesos y las escalas que intervienen como dimensiones en los procesos de recepción.

Con el aporte de James Lull a los debates teórico-metodológicos sobre la recepción, no quiero establecer que todas las preocupaciones sobre la emergencia conceptual de la audiencia como ente social activo y creativo se resolvieron mediante los planteamientos de Anthony Giddens, sino reconocer que autores sustanciales para este trabajo (Thompson, Jensen y Orozco) articularon ciertos enfoques para desarrollar líneas de investigación, que orientaban su enfoque general en la constitución de la audiencia como sujeto frente a los medios de comunicación de masas, entendido como agente en situación y, por ende, condicionado individual y socialmente.

La interrogante sobre la relación entre los medios de comunicación de masas y las audiencias puede resolverse mediante el análisis de la estructuración. Sobre todo si el enfoque se relaciona con las actividades asociadas a *ver*, *escuchar* y a *utilizar* los medios de comunicación masivos como parte constitutiva y constituyente de las audiencias. Estas actividades, concebidas como prácticas, se insertan en procesos de toma de decisiones y reglas de acción-pensamiento (implícitas y explícitas) que estructuran la *agencia* de los sujetos, mediante factores que intervienen en varios y distintos niveles sociales, como el uso del tiempo libre, el acceso a ofertas culturales y las competencias comunicativas.

De tal forma que este trabajo examina los *avances* de tres postulados teórico-metodológicos de la comunicación y su estudio, particularmente, de la complejidad que presentan los medios de comunicación de masas en

su interacción con las audiencias, específicamente la televisión: John B. Thompson, desde la teoría social y el marco interpretativo de la hermenéutica profunda; Klaus Bruhn Jensen, desde el pragmatismo y la semiótica peirciana, y Guillermo Orozco, desde las mediaciones y la comunicación y educación.

El propósito de abordar esta discusión de manera sistemática es establecer una propuesta de análisis de los procesos de recepción televisiva; una que articule estos *postulados* y permita abordar el fenómeno de la interacción entre las audiencias y la televisión, desde una perspectiva comunicativa. Una propuesta que dé cuenta del fenómeno interaccional y de las dimensiones o factores que intervienen en su desempeño, así como de las modalidades estructurales de significación que, supongo, presentan los medios de comunicación de masas.

En este sentido, el texto se organiza de la siguiente forma: en primer lugar, el trabajo expone una breve revisión de la *teoría de la estructuración*, elaborada por Anthony Giddens (1984). Ésta se utiliza para argumentar cómo los postulados teóricos o sistemas de interpretación de Thompson, Jensen y Orozco, encontraron un anclaje sustancial en dicha propuesta.

En segundo término, este texto tiene el propósito de establecer un diálogo interdisciplinario entre los tres autores. Dos extranjeros que han establecido algunas certezas teórico-metodológicas (Fuentes, 2001) en relación con la comunicación y su estudio, John B. Thompson y Klaus Bruhn Jensen, y un mexicano, Guillermo Orozco, que con investigación empírica ha propuesto una perspectiva teórico-metodológica latinoamericana para los estudios de los procesos de recepción.

En este orden, que aparenta un esquema lineal pero que trabaja las interrelaciones de los sistemas de interpretación desde una perspectiva didáctica y conveniente, el texto se concentra en ciertas compatibilidades entre las tradiciones teóricas y aborda una discusión sobre la relación de los conceptos entre los planteamientos de Thompson (1993, 1995), Jensen (1991, 1995), y Orozco (1996, 2001), como propuestas teórico-metodológicas para establecer un análisis integral de la recepción, en este caso, televisiva. Sin olvidar, como se apuntaba arriba, que los estudios de los procesos de recepción deben comprenderse desde una perspectiva estructural.

En suma, a primera vista, puede establecerse que tanto Giddens como Jensen, Thompson y Orozco han desarrollado sistemas interpretativos a partir de *reconstrucciones teórico-metodológicas*, bajo la discusión crítica de supuestos, escuelas y autores orientados hacia sus respectivos fines de estudio.

## Teoría de la estructuración:

### *una breve revisión*

En el capítulo primero del libro *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*, (1984), Anthony Giddens aborda los elementos constitutivos para una teoría de la estructuración, integrando varias perspectivas que establecen un marco para interpretar la vinculación entre el sujeto, la acción y la estructura.

El punto de partida de Giddens es la hermenéutica. Para este autor, describir acciones sociales implica conocer las formas de existencia que se manifiestan en esas acciones. Esto significa una *doble hermenéutica*, es decir, lo que el científico hace es interpretar (regulando metodológicamente) interpretaciones (conciencia práctica y conciencia discursiva de legos).

Al reconocer que los esquemas interpretativos incluyen esquemas ya interpretados por los agentes sociales, entonces la reflexión parte de la práctica social que la reproduce. Esas interpretaciones realizadas por los sujetos, esas *conciencias prácticas y discursivas* establecen un reconocimiento al ser humano como agente intencional, el cual es capaz de dar cuenta de su acción y sus causas. Hay una argumentación para teorizar los registros reflexivos que realiza el sujeto de la actividad social, una comprensión teórica que, por ende, lo hace ser racional. Así, el individuo tiene saberes, en su mayor parte prácticos, y deseos que mueven intenciones (proyectos) en varios niveles de profundidad.

El componente importante aquí es la *reflexividad*, que atribuye significados a las actividades diarias. Para Giddens el ser humano hace cosas y obra, a veces con intenciones, otras no comprendiéndolas del todo o inconscientes, sin embargo, monitorea el flujo de sus prácticas sociales porque sabe lo que están haciendo otros, aunque a veces no lo pueda formular en palabras (*conciencia práctica*). Así se observa el alcance del saber, pero también del poder capaz de movilizar con actividades, es decir, de producir diferencias, influir o intervenir en el mundo con aptitud transformadora. Los sujetos ejercen alguna clase de poder basado en preferencias y algunas de estas decisiones son influyentes en instituciones. Giddens considera una comprensión afinada de la *estructura* (y la *estructuración*). El núcleo de su teoría se conforma de la estructura, el sistema y la *dualidad de estructura*. Cuando este autor escribe sobre la estructura se refiere a intersecciones, reglas y recursos, así como a las propiedades articuladoras que consienten la “ligazón” de:

un espacio-tiempo en sistemas sociales: las propiedades por las que se vuelve posible que prácticas sociales discerniblemente similares existan a lo largo de segmentos variables de tiempo y de espacio, y que presten a éstos una forma sistémica (Giddens, 1984, p. 17).

Las reglas y los recursos se aplican (*estructuración*) y puede entenderse cómo se producen y se reproducen en esa interacción, en acciones sociales que permiten mantener al sistema y a los recursos (*dualidad de estructura*), a partir de las reglas, entendidas como procedimientos de acción generalizables. Es decir, la *dualidad de estructura* es una determinación mutua de la acción y la estructura, ámbitos interseccionados en la práctica, es un movimiento estable. La estructura es constrictiva y habilitante, no es una cosa, sino dimensiones de la práctica de manera estratificada, donde los agentes reproducen condiciones orientadas hacia las acciones que sean posibles para mantenerla o cambiarla.

En virtud de esto, Giddens expone un modelo denominado *Modalidades de estructuración*, que sirve para aclarar las dimensiones rectoras de la dualidad. Dichas dimensiones se relacionan en tres grandes *estructuras institucionales* de la sociedad o de los sistemas sociales: *significación, dominación y legitimación*. Estas dimensiones macrosociales se relacionan a través de *modalidades* o *mediaciones* de los esquemas de comprensión, medios y normas de sujetos involucrados en interacciones de *comunicación, poder y sanción*.

En suma, el sujeto adquiere saberes a partir de sus propias prácticas recurrentes y puede o no dar cuenta de ellas dependiendo de sus niveles de conciencia; sin embargo, dichas acciones y saberes tienen fuertes implicaciones en la estructura o las instituciones. En este sentido, la propuesta de Giddens puede retomarse para reflexionar las implicaciones de los medios masivos de comunicación como instituciones o estructuras de significación en su relación con los sujetos o las audiencias.

Thompson, Jensen y Orozco rearticulan y desarrollan el modelo de Giddens. Para el primero, los medios de comunicación en las sociedades modernas son importantes, pues inciden en nuevas formas de acción e interacción, nuevas maneras de relacionarse con los otros y con uno mismo. Es decir, Thompson sienta las bases para un sistema teórico social de los medios, que permite pensar la modernidad considerando el legado del pensamiento social clásico.

Para Jensen, los medios de comunicación también han aportado nuevas formas de interacción social en la política, los negocios y el placer; lo ante-

rior gracias a la vida de los signos y su circulación en la sociedad. Así, este autor establece su sistema teórico por medio de marcos sociosemióticos que integran el fenómeno de la comunicación de masas.

Para Orozco, los medios de comunicación despliegan interacciones en gran medida con el entorno y sus acontecimientos, con sensaciones y emociones; los medios, en específico la televisión, se han erigido como una de las experiencias más *vitales* y definitorias de los sujetos sociales. Esto es, Orozco conforma un andamiaje a partir de las intermediaciones de varios elementos y niveles que intervienen en relación con las audiencias, para pensar el fenómeno tecno-mediático-cultural más importante para la mayoría de las personas que habitan América Latina.

Aunque los argumentos son similares, las tradiciones que recuperan son divergentes, así como sus fines en algunos aspectos, pero en otros son compatibles –como se observó antes con la propuesta de Giddens–, en el sentido de que en los estudios no impere la estructura como tal (o los medios como instituciones) ni el sujeto (y qué hace éste con los medios), sino la forma en la que se relacionan los medios de comunicación y las audiencias, así como sus respectivas repercusiones en la vida cotidiana y en la estructura de la sociedad.

## **Diálogo interdisciplinario**

*entre John B. Thompson, Klaus B. Jensen y Guillermo Orozco*

La exposición para el diálogo teórico que pretendo establecer en este apartado será ordenada a partir de las tradiciones teóricas hasta aquí recuperadas. Dichas tradiciones tienen que ver con planteamientos teórico-metodológicos que giran alrededor de la relación de los medios de comunicación, los sujetos y la acción social o, en términos de Giddens, la categoría estructura/estructuración, reflexividad y práctica social.

El diálogo inicia con la teoría social de Thompson, debido a la articulación amplia de tradiciones que abren el panorama de las ciencias sociales, para acercarnos después a los aspectos sociosemióticos que desarrolla Jensen, y luego, abordar los elementos sobre la mediación múltiple que plantea Orozco desde una perspectiva latinoamericana.



### *La recuperación de las tradiciones*

Para establecer las compatibilidades entre los autores resulta pertinente examinar las tradiciones teóricas y metodológicas que restablecen con sus respectivas críticas. El propósito es entrever algunas formulaciones teóricas que desarrollaron para elaborar sistemas interpretativos.

### *Teoría social y hermenéutica profunda*

La propuesta de Thompson está, básicamente, argumentada en dos libros: *Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*, publicado en 1990 y *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*, editado en 1995. Es en este último donde desarrolla un sistema teórico que permite interpretar las sociedades modernas en relación significativa con los medios de comunicación. Thompson tiene como base tres tradiciones que convergen: Escuela de Frankfurt (Adorno, Horkheimer, Marcuse, Habermas), teóricos de los medios (Marshall McLuhan, Harold Innis) y la hermenéutica, con las contribuciones hechas por Paul Ricoeur y Clifford Geertz.

Una suposición importante que retoma de la Escuela de Frankfurt es la naturaleza y la centralidad de la comunicación masiva en las sociedades, donde las *formas simbólicas* —entendidas como construcciones significativas con estructuras internas diversas e insertadas en contextos determinados— se han visto cada vez más mediadas por los mecanismos y las instituciones de la comunicación (Thompson, 1993). Sin embargo, sostiene que los autores frankfurtianos no trataron adecuadamente este fenómeno debido a las consecuencias ideológicas negativas que sugerían. Si bien considera de manera general a la *industria cultural* por su producción masiva de bienes simbólicos (proceso de mercantilización), está en desacuerdo con los puntos sobre cómo opera la ideología transmitida por las industrias culturales: el concepto de ideología es restrictivo, los receptores son considerados como consumidores manipulados, además de no haber un tratamiento sofisticado de la recepción y de las consecuencias que insinúan Horkheimer y Adorno.

De los teóricos de los medios rescata las aportaciones de Harold Innis, quien exploró sistemáticamente los medios y reflexionó sobre la organización de extensiones en tiempo y espacio del poder, además de las nuevas maneras de gestionarlo. También le corresponde el crédito de haber puesto en relieve la afectación de los medios por medio de las formas (no tanto el contenido) y los modos de interacción para crear ámbitos de acción y

relación. Estos temas son planteados para desarrollar categorías sobre la teoría de la interacción mediada, en los capítulos denominados *The Rise of Mediated Interaction* y *The Transformation of Visibility*. Para abordar el supuesto de que los medios de comunicación tienen serias implicaciones con nuevas maneras de interaccionar con los otros, el autor recurre en gran medida al interaccionismo simbólico.

La última tradición recuperada es la *hermenéutica profunda* (parecida a la *doble hermenéutica* de Giddens). Thompson se apoya intelectualmente en Dilthey, Gadamer, Geertz y Ricoeur para trabajar premisas que valoran y reconocen la dimensión de la interpretación y comprensión de objetos o campos preinterpretados, constituidos éstos por sujetos reflexivos insertados en contextos históricos. Paul Ricoeur explica el lenguaje como producción y no sólo como estructura, una producción cuyos mensajes pueden tener más de un sentido, un excedente en posibilidades de ser apropiado por sujetos en diversas extensiones temporales y referenciales, lo que denomina como “distanciamiento”, donde pueden producirse nuevos sentidos en otras situaciones (Ricoeur, 1995). Así, Ricoeur demuestra la posibilidad de la hermenéutica como proceso de interpretación en la investigación social. Esta viabilidad es recuperada por Thompson, pero trabajada a partir de otra metodología relacionada con el análisis cultural, es decir, el estudio de la configuración significativa y de contextualización social de las formas simbólicas que aplica al análisis de la ideología (Thompson, 1993).

Para desarrollar el marco teórico-metodológico del análisis cultural Thompson recurre a la antropología interpretativa de Clifford Geertz (1995), de la cual recupera la concepción simbólica de la cultura, que establece al ser humano envuelto en tramas de significación. Además, recurre al interaccionismo simbólico postulado por la Escuela de Chicago, con Herbert Mead y John Dewey como dos de sus principales teóricos.

Mead otorgó un papel activo de significación al individuo, con la idea de que éste busca satisfacer sus necesidades sociales en una situación de comunicación, al mismo tiempo que estas acciones sociales dan forma al yo, cuyo desarrollo depende de los procesos e interacciones sociales (Mead, 1993). En esta dinámica social, según Mead, se conforma una matriz de percepción sobre *los otros* y cómo actuar en situaciones impregnadas de significados (Rogers, 1993).

Por su parte, John Dewey concibió al individuo como un intérprete de las interacciones comunicativas, e hizo a un lado las concepciones desde la psicología sobre el individuo afectado por un estímulo directo

en su comportamiento. Después James Carey (1989) recuperaría estas concepciones para aproximarse a la comunicación desde la cultura, donde aquella es vista como un ritual, un proceso simbólico en el que la realidad es producida, mantenida, rearticulada y modificada. Esta tradición, además de los postulados de Anthony Giddens, es compartida en algunos niveles por el danés Klaus B. Jensen.

## Las fuentes del pragmatismo

*de la semiótica peirceana*

Jensen, en su obra *The Social Semiotics of Mass Communication* (1995) se apoya en la semiótica para comprender la vida de los signos en la sociedad. Para empezar, ignora a Saussure por no centrarse en los signos en las prácticas sociales. Este autor debatió la tradición estructuralista al sustentar y defender que los significados se encuentran predefinidos en el sistema social. Ignoró un poco los devaneos posestructuralistas, porque no proporcionan satisfacciones duraderas, pero concordaba con Derrida en el rechazo al *logocentrismo*, donde el significado es uno y sólo reside en la palabra. Si bien Jensen concuerda en pocos aspectos con los posestructuralistas, se basa en Peirce para mirar más allá y ver en el pragmatismo una alternativa para la teoría de la comunicación y la política, debido a su mediación entre las ciencias sociales y las humanidades.

El pragmatismo resume su relación con el concepto de *semiosis* y acción. La semiosis es un elemento constitutivo de toda percepción y cognición humana. Consiste en procesos de significación continua que orientan las maneras de pensar y las actividades sociales. A estos signos involucrados en los procesos de significación y sus predisposiciones a formas de acción social Jensen los denomina como *pragmatismo*. Lo anterior se realiza gracias a diferencias establecidas entre significados, es decir, contraposiciones entre los signos puestos en relación, que llevan hacia actos con intenciones en contextos específicos. Así, en la investigación científica y el debate público, la realidad y la naturaleza pueden estar bajo semiosis ilimitadas.

El pragmatismo, visto como las acciones semióticas realizadas por los sujetos, es retomado a partir de Charles Sanders Peirce para desarrollar dos vertientes: una teoría de la comunicación o *semiótica de primer orden* y una teoría de la ciencia o *semiótica de segundo orden*. Con base en esta recuperación Jensen elabora una historia general del concepto de los signos, examinando a Hipócrates, Aristóteles, San Agustín, Locke, Hume y Kant.

De este último, sugiere que es la principal influencia de Peirce. Según Kant, la subjetividad humana debe entenderse por medio de las leyes que constituyen ciertos elementos. Pero Peirce elabora un modelo triádico para comprender los elementos, a partir del cual:

Un signo o *representamen*, es algo que significa algo a alguien en algún sentido o calidad. Prepara a alguien, es decir, crea en la mente de aquella persona un signo equivalente, o quizá un signo más desarrollado. Este signo que crea lo denominó *interpretante* o el primer signo. El signo significa algo, su *objeto* (Citado por Jensen, 1995, p. 21).

La conclusión de Jensen es que los signos median todo pensamiento, percepción y relación con el exterior debido al papel de los *interpretantes*: signos que articulan la orientación de una semiosis cuando evocan otro interpretante, y así en adelante, al momento de interactuar con una realidad envuelta en circunstancias y discursos. En este sentido, las identidades son el producto interactivo de numerosas semiosis.

## Las fuentes del modelo

### *de la mediación múltiple*

El trabajo de Guillermo Orozco está expuesto en una serie de artículos y libros que conforman su planteamiento teórico-metodológico. Para entender las *mediaciones* y el contexto desde la comunicación y educación, el libro *Televisión, audiencias y educación* (2001) presenta varios ajustes desarrollados en su *Modelo de la mediación múltiple*. El concepto de *mediación* resulta un aporte sustancial para abordar la interacción entre audiencias y televisión. Este concepto clave proviene de Jesús Martín-Barbero, aunque Orozco ha reconocido conceptualizaciones previas “donde la mediación se ha aceptado como ‘filtro’ (McQuail, 1983) o como ‘intervención’ explícita entre sujeto y un fragmento de información (Keltner, 1987) o como resultante del control social en la reproducción de lo real para las audiencias por los medios (Martín Serrano, 1987)” (Citado por Orozco, 1994, p. 73).

Sin embargo, el desarrollo conceptual de la mediación inició con el español Manuel Martín Serrano, a partir de teorías sistémicas. El sistema social y el sistema de los medios de comunicación de masas se relacionan mediante funciones que ejercen sobre la sociedad; funciones que operan en dos modos: mediación cognitiva (lo que merece darse a conocer por los medios a la sociedad) y mediación estructural (las características intrínsecas pertenecientes a lo dado a conocer).

Para Jesús Martín-Barbero la mediación poco tiene que ver con lo que plantea Martín Serrano. En el libro *De los medios a las mediaciones* (1987) –incluyendo el prefacio de la quinta edición (1998)– el concepto de *mediación cultural* de Martín-Barbero sirve para nombrar el vínculo de los medios con las prácticas cotidianas de los sujetos: una especie de estructura incrustada en las prácticas sociales. Para el autor, lo sustancial recae en comprender las articulaciones más que los meros instrumentos, por eso los medios no deben concebirse como simples aparatos tecnológicos, sino como mediaciones que tienen percepciones más amplias.

Martín-Barbero apuesta por *descentrar* el *mediacentrismo*. En su prefacio de la quinta edición reconoce que el medio mismo se puede convertir en mediación debido al espesor que ha tomado la *mediación tecnológica*, pero sin olvidar –advierte– que la cultura también es mediación. Medio y cultura se insertan en el *sensorium* de las personas y en la modernidad; entonces, el foco está en los procesos culturales y sociales que hacen posible las interacciones particulares con los medios. Este aporte sirve como andamiaje epistemológico para Orozco. El “descentramiento de los medios” expone las diversas intermediaciones, niveles y roles que asumen las personas cuando interactúan con la televisión.

En resumen, en la propuesta de *televidencia* confluyen tres fuentes principales: la teorización de la mediación cultural de Martín-Barbero, la teoría de la estructuración de Giddens y las concepciones elaboradas por Orozco a partir de su trabajo empírico con los televidentes. De esta manera, el avance teórico-metodológico del *Modelo de la mediación múltiple* apuesta por un *enfoque integral de la recepción* (Jensen, 1987).

#### *La dimensión de la estructura, la acción y el sujeto*

Los conceptos que recuperan Thompson, Jensen y Orozco basados en tradiciones teóricas –cabe decir– no están desarrollados en los mismos niveles que los autores paradigmáticos. Thompson no sitúa su discurso en el mismo nivel que Giddens, sino que retoma el modelo de la *teoría de la estructuración* como referente para ubicar un *plano dimensional*, con la certeza del nivel que trastoca, y así dar pistas para una orientación a otro modelo con sus categorías correspondientes: la *teoría interaccional*.

De manera similar sucede con el desarrollo de Jensen. Este autor establece críticas a Giddens con el objeto de *transponer* un esquema que resuelva, de manera operativa, aspectos *perceptuales* de sujetos concretados en su teoría de la comunicación. Por su parte, Orozco retoma elementos de la

teoría de la estructuración para *integrarlos* en función de una categoría de análisis: la *televidencia*. Si bien, esto puede aparentar una mezcla teórica, a primera vista, el término adecuado para nombrarlo es una *combinación crítica y sistematizada*.

En el planteamiento de Giddens, el argumento sobre la reflexividad del sujeto se aborda mediante el término *conciencia discursiva*, que ocurre cuando el sujeto expresa en oraciones sus formas de proceder en situaciones sociales. Además, también implica una *conciencia práctica*, con la cual los sujetos saben lo que hacen ellos y los otros en situaciones sociales, aunque no puedan formularlo en palabras. En suma, los dos tipos de conciencia *monitorean* el flujo de las prácticas sociales.

Respecto a los medios de comunicación de masas, Thompson, Jensen y Orozco elaboran esquemas sobre la dimensión cognitiva y social del sujeto a partir de cómo éste los experimenta. Más adelante observaremos cómo Jensen articula la teoría de Giddens con la pragmática peirceana para proponer un sistema teórico.

## Enfoque social

*y proyecto simbólico*

El objeto de Thompson es comprender las transformaciones culturales asociadas con la modernidad. Para ello, explora las interconexiones entre los cambios institucionales de los medios y el mundo sociocultural moderno. Para este autor, es en las interconexiones, dentro de un contexto histórico cultural, donde se pueden describir las transformaciones de un medio; no como negocio o entidad de comunicación, sino como instancias sociales involucradas en procesos de institucionalización. Tal como lo planteara Anthony Giddens al referirse a las estructuras. Sin embargo, para Thompson, se debe entender la organización social del poder simbólico para comprender la relación entre los medios de comunicación de masas y la modernidad; es decir, para entender la estructuración de la modernidad que pasa por los medios.

En este sentido, el análisis de la naturaleza de los medios está en los contextos sociales, tanto de producción como de recepción. Los medios son parte de la trama de significación en la que está inserto el ser humano; con ello, la comunicación masiva hace referencia a la producción institucionalizada y a la amplia difusión de bienes simbólicos a través de soportes técnicos que fijan, reproducen y hacen circular en diferentes tiempos y

espacios formas simbólicas. Éstas, a su vez, sirven para el ejercicio del poder en las sociedades. Dicha producción requiere de agentes capacitados, con habilidades, competencias y formas de conocimiento específicos.

Thompson introduce teóricamente varias pistas clave para pensar los contextos como la acción, el poder y la comunicación. Esta última debe analizarse como una forma de acción que tiene fines dentro de espacios estructurados y relacionados con varias capacidades de intervención, en acontecimientos (poderes económico, político, coercitivo, militar, simbólico) y contextos específicos, que involucran tipos de instituciones. Así, la recepción televisiva debe observarse como una actividad en un contexto, con una práctica rutinaria acontecida en situaciones determinadas, que permiten logros habilidosos individuales y flujos de interpretación indefinidos. Estos flujos de interpretación son objetos para interpretar, a partir de la hermenéutica profunda, con el planteamiento metodológico que examinaré más adelante.

Por lo pronto, es importante subrayar que no es necesaria una contradicción con el esquema de Giddens; sin embargo, el uso de la comunicación como algo asociado al poder simbólico se ve por su mediación con las modalidades de los esquemas interpretativos.

Lo anterior nos sugiere que Thompson considera el esquema de Giddens con el referente de las intervenciones institucionalizadas en los esquemas de comprensión. De acuerdo con Giddens los saberes conformados por medio de las prácticas situadas tienen fuertes implicaciones con la estructura o las instituciones. Pero Thompson, dentro de este tipo de modalidades, abre otro plano de esquema relacionado con tipos de interacción o formas de mediación de los que Giddens menciona, pero a los que no presta mucha atención.

Thompson explora cómo los medios han influido en la vida cotidiana. Por ello, aborda la dimensión del sujeto, es decir, denomina la naturaleza del yo (*self*, mí mismo) como *proyecto simbólico*. Un proceso de constitución del *self*, afectado por la proliferación de materiales simbólicos (producidos, circulados y distribuidos de manera desigual, en este caso, por los medios de comunicación, como organizaciones sociales del poder simbólico) que el individuo percibe, organiza y construye activamente. Éste, es un planteamiento para pensar los medios de comunicación a partir de la conformación del sujeto en situaciones sociales y en la configuración con posibilidades de modificación o fortalecimiento de un yo, en relación con un *nosotros*. Esto implica ciertas condiciones sociales en la constitución del yo. Es la

herencia teórica de la hermenéutica y del interaccionismo simbólico.

Lo anterior no se puede entender sin observar lo que Thompson denomina como *experiencia mediática* (parecida a la *experiencia vivida* propuesta por Dilthey). Los medios producen una interminable lista de experiencias, pero lo que distingue a este tipo de experiencia es que se aleja temporalmente, en contextos y espacios distintos. Experiencias estructuradas respecto a la relevancia en referencia al *yo*. Esto habla de una organización activa de significación del individuo.

## Sociedad del significado

Sin mucho contraste con el planteamiento anterior, Jensen designa el pragmatismo o la acción semiótica como el elemento constitutivo de la sociedad del significado, donde son las instituciones y los sujetos, a partir de sus acciones, los que conforman dicha sociedad. El concepto de *acción semiótica* es emergente en contextos sociales que, afirma, se generan en forma local y situados históricamente. Estas emergencias se relacionan para constituir lo que se conoce como una institución social. En sus palabras, Jensen representa a la sociedad como “material-social así como discursiva-semiótica”; en este aspecto la apuesta de este autor es por “el análisis de la semiosis como *procesos* discursivos en las *prácticas* sociales para integrar el estudio sociocientífico y humanístico de la sociedad” (Jensen, 1995, p. 37). De esta manera, pretende elaborar la reconstrucción de la ciencia social en el marco metodológico de la comunicación de masas.

Asimismo, bajo esta formulación, Jensen recupera los conceptos teóricos básicos del significado y cultura para la investigación de la comunicación de masas. Su planteamiento es una teoría de la comunicación que contemple la producción de significados que surge, en parte, de la comunicación de masas. Esta cuestión remite a un problema clásico de los estudios en comunicación: los *impactos*, los *efectos*, los *usos* y las *gratificaciones*. Sin embargo, Jensen aplica explícitamente el esquema de Giddens, argumentando una articulación sobre las influencias de la teoría de la estructuración a partir de la sociología fenomenológica de Alfred Schutz, el interaccionismo simbólico de Erving Goffman (Jensen relaciona el pragmatismo de Mead y Morris) y la sociología de la cultura de Pierre Bourdieu. Pero discrepa en que los medios sean concebidos en el contexto de otros fenómenos sociales como la reorganización del tiempo y el espacio durante la modernización/institucionalización y la globalización. Aquí se encuentra la *discrepancia* en el objeto de estudio con John B. Thompson.



Además, este autor considera que el marco elaborado por Anthony Giddens:

Es uno de los más sistemáticos y reconstructivos (...) Para el estudio de la comunicación y la cultura tienen especial importancia tres componentes de su teoría: la relación general entre la estructura y la *agencia*, la categoría de reflexividad y la reconfiguración tecnológica e institucional de las sociedades modernas a través del tiempo y el espacio (Jensen, 1995, p. 37).

Jensen desarrolla los tres componentes en tres categorías: dualidad, reflexividad y sociedad. En el primer componente, recupera la formulación de Giddens, en el sentido de que la acción y la estructura interseccionan en la práctica, estructurando continuamente los contextos de acción, donde producen instituciones relativamente estables. En esta recuperación de la estructuración, Jensen afirma que:

La comunicación de masas no reside en las organizaciones de los medios o en sus discursos, sino en las prácticas sociales y culturales que constituyen su producción, transmisión y recepción... La dualidad de la estructura opera *en* algo parecido a las materias primas de la vida social y *a través* de ciertos procedimientos denominados recursos y reglas (Jensen, 1995, p. 38).

Así, los medios de comunicación pueden utilizarse como recursos de autoridad al poner en circulación significados que legitiman formas particulares de representar el mundo y de actuar en él como consecuencia. También pueden usarse como recursos distributivos al producir y asignar valores económicos como medios de producción. Además, tanto la producción de los medios, como los receptores, están sujetos a reglas de interpretación y de comportamiento.

El segundo componente referente a la reflexividad, en el que Jensen implica la doble hermenéutica propuesta por Giddens, lo examinaré más adelante.

El tercer componente, relativo a la sociedad, son las prácticas sociales insertadas en instituciones integradas en la política, la economía y la cultura. En este nivel se contempla al grupo absoluto y específico de instituciones, en su proceso de institucionalización a partir de acciones recursivas de interacción y legitimación, que contribuyen, además, a la construcción de identidades sociales. Retoma de Giddens las dos formas de integración: la social –circunstancias de *copresencia*– y la sistémica –condiciones de *no copresencia*.

Estos tres componentes constituyen la sociedad del significado o la *sociedad triádica*. Establecen una analogía con el modelo del signo peirceano, donde el agente es el *interpretante*, la estructura, el *objeto* y la medicación es el *signo*; juntos y en continua referencia resultan la construcción social de la realidad como lo denominan Berger y Luckman (1994).

Esta triada es, también, la semiosis con que la sociedad *recontextualiza* formas específicas de elaborar significados, cuando los sujetos la articulan y rearticulan al otorgar significado a los demás, a los acontecimientos y a las estructuras sociales. Jensen desarrolla estos aspectos mediante cuatro semiosis o formas de acción: a) *Cognición*, cuando el sujeto orienta su interpretación a partir de signos e interpretantes; b) *Comunicación*, cuando los sujetos que conocen los objetos interactúan por medio de significados, es decir, la semiosis produce significados en común negociados en grados intersubjetivos; c) *Interacción*, cuando los sujetos que construyen los objetos interactúan y pueden redefinirse mutuamente así como sus intenciones y contextos, y d) *Reflexividad*, cuando el sujeto construye, mediado por signos, en otro tiempo por proceso análogo.

En términos de Giddens, los sujetos hacen la transición entre la conciencia discursiva, la conciencia práctica y el inconsciente, para recontextualizar el significado.

La categoría de interpretante de Peirce es la idea clave. Este filósofo norteamericano desarrolló varias tipologías del interpretante. Esto permitió a Jensen explicar la relación entre los discursos de los medios masivos de comunicación, la decodificación de la audiencia y los usos sociales de los signos *massmediados*. Para Jensen los medios comprenden tres fases de significado interrelacionados en una secuencia semiótica: a) *Interpretante inmediato*, el significado estructural del discurso de los medios donde se esperan los efectos semióticos de un signo considerado como potencial; b) *Interpretante dinámico*, la decodificación que realiza la audiencia, o sea, el efecto directo que orienta el signo en agentes interpretativos que producen significado situado, y c) *Interpretante final*, los efectos completos de un signo mediado por un proceso de semiosis que conduce al intérprete hacia alguna actividad.

Otro concepto clave es el de *diferencia*. Jensen hace una clasificación de ella, según tres tipos de interpretantes: a) *Discursiva*, que es la diferencia de los elementos mínimos de los signos y la diferencia en el uso práctico, es decir, permite una variedad de interpretaciones de discursos específicos; b) *Interpretativa*, moviliza y orienta las estrategias de interpretación con-

cretas en la respuesta a los medios de comunicación, tomando en cuenta la producción de significado situado en un contexto sociohistórico; y c) *Social*, contribuye a prácticas sociales de las audiencias para actuar de forma específica en contextos sociales concretos.

Estas tres formas de diferencia prueban una realidad de estructuras y prácticas sociales. La diferencia enfatiza en la semiosis una nueva forma del objeto. Al existir una actividad así, reproduce y afecta a la sociedad. En suma, todos estos elementos constituyen para Jensen la dimensión semiótica de la estructuración social: el porqué se presentan los acontecimientos, los propósitos y los contextos de los sujetos o agentes.

Respecto al *sujeto*, Jensen reconoce la reflexividad concebida por Giddens como el segundo componente de la teoría de la estructuración, en el sentido de que el sujeto atribuye significado a las negociaciones de la vida diaria, incluso, cuando el significado no está formulado de manera consciente. Como había señalado, y a diferencia de Thompson, este autor establece dos críticas. La primera respecto a la atención inadecuada que Giddens da a los signos y marcos interpretativos que median entre la acción y la estructura, aunque los mencione en su esquema. La segunda expone el poco valor otorgado al trato de la subjetividad, porque descuida los elementos contradictorios de la conciencia, sean discursivos o prácticos, en los contextos sociales. En este sentido, Jensen formula que la semiosis sirve para articular las posiciones específicas del sujeto y los conflictos a través de los cuales se reforman los sujetos y las sociedades.

Para situar más a los intérpretes de los discursos, Jensen recupera el concepto de comunidades interpretativas, donde las precomprensiones que tenemos de la realidad las modificamos o reforzamos dentro de una comunidad. Sin embargo, también lo replantea para los estudios de recepción en los que —afirma— existen diversas comunidades interpretativas deslocalizadas espacialmente, que pueden compartir ciertas agencias discursivas.

## La sociedad *multimediada*

El concepto de *televidencia* desarrollado por Guillermo Orozco, es eje articulador del modelo teórico de la *mediación múltiple*, que considera las interacciones de los sujetos con los medios masivos de comunicación; es decir, relaciona varios procesos estructurantes que intervienen en las prácticas de la audiencia televisiva.

De acuerdo con Orozco, el trabajo pionero de James Lull (1992) puso en debate la relación de la audiencia con el medio televisivo. En el artículo “La estructuración de las audiencias masivas” fijó algunas claves para integrar niveles macro y microsociales en una teoría sociocomunicacional. James Lull (1992) propuso entender las prácticas sociales más allá de la situación específica. El concepto de *regla*, entendido como la expresión consensual de significados y comportamientos para configurar la realidad social (Giddens, 1984), resultó sustancial para entrever las modalidades bajo las cuales los sujetos orientan sus definiciones y acciones. Este concepto es la adopción más significativa de Orozco para su propuesta sobre la *televidencia*: tiene la posibilidad de diferenciar la estructuración de las audiencias, además de integrar los niveles micro y macrosocial como *fuentes de mediación*.

La relevancia de este aspecto se observa con la categoría de mediación “como un proceso estructurante que configura y orienta la interacción de las audiencias y cuyo resultado es el otorgamiento de sentido por parte de éstas a los referentes mediáticos con los que interactúan” (Orozco, 2001, p. 23). Las *fuentes de mediación* son los lugares donde se originan los *procesos estructurantes* como la cultura, la política y la economía, que emergen como mediaciones en contextos sociales y estructuran escenarios de manera directa o indirecta (*dialéctica de la televidencia*). Si la “mediación parece ser un proceso estructurante más complejo y difuso, diferente a la suma de sus componentes” (Orozco, 1996, p. 84), entonces hay que dar cuenta de las intermediaciones entre las *micromediaciones* y las *macromediaciones*.

La *micromediación* refiere al ámbito individual, donde se negocia la situación a partir de televidencias. Conforman el primer conjunto de mediaciones que provienen de las características propias de los sujetos (en el caso de la recepción, es el ámbito donde se negocian las situaciones y significados).

La *macromediación* comprende niveles institucionales (la política, el mercado, la historia, la familia, los medios), cuya mediación es por lo regular indirecta y en varios escenarios. Mediante múltiples agendas institucionales, las *macromediaciones* moldean la identidad y la percepción social.

Al igual que Klaus Jensen, Guillermo Orozco recupera la formulación de Giddens, en el sentido de que la acción y la estructura se cruzan en la práctica. No obstante, Orozco sitúa esta dimensión en las prácticas comunicativas, el lugar donde se engarzan las mediaciones a partir de

tres componentes retomados de Martín-Barbero (1990): a) *Socialidad*, constituida por las interacciones y negociaciones estructuradas por los televidentes para apropiarse del orden social; b) *Ritualidad*, conformada por aquellas interacciones o formas de acción repetitivas o adoptadas rutinariamente; y c) *Tecnicidad*, configurada a partir de la organización de los significados negociados con los contenidos televisivos. En suma, el apoyo teórico permite entender cómo los segmentos de audiencia estructuran continuamente los contextos de actividad donde producen instituciones relativamente estables.

Orozco (1996) recupera el concepto de agencia de Giddens (1984), para establecer los objetivos y las selecciones de los sujetos en sus prácticas comunicativas, no siempre formuladas consciente ni verbalmente. La agencia, así como las prácticas comunicativas, posibilitan la conciencia para establecer *estrategias televisivas*, ya que por éstas se concreta la agencia del sujeto y, teóricamente, se puede entender cómo éste juega con la mediación múltiple en su relación con el medio televisivo. En resumen, y parafraseando a Giddens, los sujetos “juegan” entre la conciencia discursiva y la conciencia práctica para otorgar sentido a la interacción.

Sin embargo, la relación entre los esquemas de interpretación y la agencia de los sujetos no está suficientemente resuelta cuando se considera al fenómeno educativo. Según Orozco, la mediación individual, que corresponde a la dimensión *cognoscitiva*, es resultado de la estructura mental por la cual el sujeto conoce y aprende:

Las fuentes de esta mediación pueden ser operacionalizadas como “esquemas mentales” como se ha hecho en el terreno psicológico (Bern, 1988), o como “repertorios” o “textos” como en el campo de los estudios culturales y de los estudios literarios (Morley, 1986; Fiske, 1987) respectivamente, o como “guiones” (*scripts*), (Buckingham, 1986) en un intento por conceptualizar la mediación dentro de la teoría de la estructuración aplicada a la televidencia (Orozco, 1996, p. 85).

De esta manera, Guillermo Orozco utiliza la categoría de *guiones mentales* para analizar las reglas y los significados de actuación.

## Las propuestas

### *teórico-metodológicas*

Los planteamientos expuestos en esta sección consideran la selección más importante de aportes teóricos relacionados con la recepción de los medios

de comunicación de masas. Tienen que ver con ampliaciones de planos dentro de las modalidades del esquema de interpretación de Giddens y con las intersecciones.

Es importante observar cómo Thompson, Jensen y Orozco recuperan en sus propuestas la dimensión espacio-temporal. Giddens ofrece, también, el papel del tiempo y escribe sobre las *duraciones* en tres tipos: la experiencia cotidiana, rutinaria, repetitiva (reversible); el lapso de vida del individuo, corpóreo, biológico (irreversible); y la larga duración de las instituciones, supraindividuales, de existencia a largo plazo (reversible). Por eso, es importante explicar que las limitaciones de una *presencia* individual puedan ser trascendidas en el *estiramiento* de las interacciones sociales por un tiempo y un espacio (Giddens, 1984).

### *Formas o tipos de interacción: teoría interaccional*

Thompson propone una serie de categorías sobre las experiencias en situaciones interactivas. Reconoce la *interacción cara a cara*, en la que los participantes coexisten en una situación de espacio y tiempo común; la *interacción mediada*, que implica el uso de recursos técnicos para extender el tiempo y espacio; y la *cuasi-interacción mediada* (*Mediated Quasi-Interaction*). Esta última es un tipo de relación social establecida por los medios de comunicación de masas, donde no hay sujetos específicos y su carácter es monológico (en la interacción cara a cara y la interacción mediada la relación es dialógica y específica). La *cuasi-interacción mediada* tiene como característica que su campo de interacción se extiende más allá del espacio (contextos) y del tiempo (cuando se produce, el mensaje mismo difundido, y cuando se consume y apropia).

Este tipo de interacción involucra dos acciones, la primera es *a distancia para los otros no presenciales*, que habla de las instituciones (orientadas al receptor, mostrando la vida, eventos considerados como importantes y ficciones) y, la segunda, *acción a distancia, respuesta en contextos distantes*, que da cuenta de los receptores y cierto tipo de apropiaciones (reacciones similares y colectivas pero no organizadas, respuestas parecidas al formato televisivo y algún tipo de organización y coordinación de forma colectiva).

Estas tipologías sobre las formas de interacción sugieren que la comunicación se encuentra involucrada en las interacciones, como dimensión de la vida social y los medios. Si bien la propuesta de Thompson es estudiar la comunicación de masas, lo hace a partir de la ideología, estableciendo

un modelo de hermenéutica profunda como marco metodológico que recupera varias tradiciones. Inicia por las primeras interpretaciones de los sujetos e intenta *ir más allá*. Sus fases, como marco metodológico para aplicarlo al análisis de la ideología, son tres: a) *Análisis sociohistórico*, que reconstruye las condiciones sociales e históricas de la producción, circulación y recepción de las formas simbólicas considerando instituciones, escenarios espacio-temporales, campos de interacción, estructura social, medios técnicos de transmisión; b) *Análisis formal o discursivo*, fase en la que se analizan los productos puestos en circulación a partir de análisis semiótico, conversacional, sintáctico, narrativo, argumentativo; y c) *Interpretación/Reinterpretación*, cuando la necesidad se ubica en una construcción creativa del significado, una explicación interpretativa (con reinterpretaciones simultáneas) de lo que se representa.

Para profundizar en la recepción y apropiación de mensajes, Thompson propone considerar seis rasgos: a) los modos de apropiación; b) las características sociohistóricas de los contextos de recepción; c) la naturaleza e importancia de las actividades de recepción; d) el significado de los mensajes según lo interpretan los receptores; e) la elaboración discursiva de los mensajes mediados; y f) las formas de interacción y de cuasi-interacción mediada establecidas a través de la apropiación.

En fin, este marco metodológico involucra una conducción crítica. Para el autor, elaborar afirmaciones por medio de interpretaciones es arriesgarse a discutir donde se comprueba que no hay versiones únicas. Por eso, el analista social debe justificarse, es decir, proporcionar razones, bases, evidencias. Si valen estas justificaciones para el investigador y los sujetos de estudio, entonces hay un principio de autorreflexión y pueden influir modificaciones potenciales en las circunstancias mismas de las cuales se piensa, es decir, cabe la posibilidad del cambio social.

## Semiótica social

*y teoría de la comunicación de masas*

Además de los planteamientos teóricos abordados anteriormente, Jensen utiliza los repertorios de la semiótica como componentes de una teoría de la comunicación de masas. Su premisa es que en toda sociedad moderna se generan significados diversos. Dentro de ella, se inscribe a los medios como instituciones que producen y hacen circular significado.

La propuesta retoma la *dualidad de la estructura* de Giddens y la sitúa en una *dualidad de la cultura* para una teoría de la comunicación de masas. Así, la cultura es contemplada, en un sentido amplio, como procesos y productos realizados por sujetos sociales. Sin aceptar dicotomías (cultura popular, cultura legítima), los conceptos clave y complementarios para una teoría integradora de la cultura y la comunicación son: a) *Tiempo-dentro de la cultura*, es la semiosis situada que orienta las prácticas sociales y reproduce las relaciones sociales de significado en un mismo tiempo-espacio; así se configura la acción social; y b) *Tiempo-fuera de la cultura*, es la semiosis separada de situaciones sociales en un mismo tiempo-espacio, que las personas utilizan para reflexionar y autocontemplarse desde una perspectiva social, artística o religiosa; así se prefigura la acción social.

Lo anterior representa un viraje cultural para entender a la comunicación de masas como la gran impulsora de tiempo-fuera de la cultura, es decir, como representación y, también, como práctica cultural por donde se propagan discursos dominantes contruidos en esferas públicas y privadas, con sus respectivas lógicas políticas y económicas, al conformarse como instituciones. Estas representaciones integran, a su vez, rutinas sociales; es decir, tiempo-dentro de la cultura.

Jensen recupera el modelo realizado por Habermas con el objeto de interconectar las esferas e identificar en el modelo el conjunto completo de determinaciones estructurales en el proceso. En este aspecto, Thompson lo retoma para explorar el impacto de los medios en la cambiante vinculación entre visibilidad y poder, donde emergen dicotomías: lo visible o abierto y lo invisible o secreto. Sin embargo, establece que los medios han creado nuevas formas de propiedad, el campo de visión se amplió y encontró dirección. Así, la visibilidad tuvo que gestionarse.

Con lo anterior, se formula que los medios son instituciones que determinan en gran medida la producción social de significado. Sus discursos sirven de recursos culturales para las audiencias. En este sentido, la semiótica social puede ser estudiada como práctica discursiva (que construye la realidad) en un contexto social, por medio de una metodología y un enfoque conceptual.

Jensen ubica los elementos constituyentes para el marco metodológico. Para los medios esos elementos constituyentes serían: en un nivel epistemológico de la semiótica, los signos; en humanidades, los discursos y, en ciencias sociales, los contenidos. Los elementos constituyentes de la audiencia serían: en el nivel epistemológico de la semiótica, los interpretantes; en



humanidades, las subjetividades y, en ciencias sociales, las prácticas. Y los del contexto (analíticos) serían: en el nivel epistemológico, los objetos; en humanidades, los contextos y, en ciencias sociales, las instituciones. Esto intenta subrayar, también, que la investigación de estos fenómenos es una práctica reflexiva que se lleva a cabo por medio de signos que asignan significado en varios niveles de análisis o semiosis:

Los discursos de los medios de comunicación y de las audiencias sobre los medios de comunicación son objetos de análisis en el primer nivel del *discurso cotidiano*, que van a ser captados y documentados en el nivel del discurso analítico, por ejemplo, el análisis del discurso lingüístico o la codificación analítica del contenido. El tercer nivel discursivo especifica un *discurso metodológico* en cuanto a planes de investigación, procedimientos analíticos y bases de inferencia. Además, las conclusiones sobre los medios de comunicación y las audiencias se interpretan, necesariamente, en el marco de un *discurso teórico*. Finalmente, la situación y el valor explicativo de los otros discursos se deben justificar a nivel del *discurso epistemológico*. Cada nivel crea un interpretante en cadena de la semiosis científica. El estudio científico de la comunicación es sólo un ejemplo que ilustra que toda ciencia es, entre otras cosas, una empresa semiótica (Jensen, 1995, pp. 63-64).

La teoría de la comunicación es homologada como la semiótica de primer orden. En cada componente constitutivo Jensen propone un acercamiento metodológico que, en su conjunto, es multidimensional y complejo, sobre el contexto, la audiencia, los medios y los discursos.

Por ejemplo, la propuesta metodológica sobre la audiencia (contemplada como repertorios interpretativos) gira alrededor de talleres sobre el futuro, que consisten en un proceso de interacción grupal en el que se examina un tema como conjunto, en tres fases: a) se establecen críticas; b) se proponen soluciones imaginando aspectos ideales; y c) se evalúan posibles formas de acción.

## Televidencias

### *y mediaciones*

El concepto de *televidencia* es un aporte sustancial en la comprensión de la relación entre televisión y audiencia. Como demostré anteriormente, articula el modelo teórico de la *mediación múltiple* y propone categorías de análisis para el estudio de los procesos de recepción. La televidencia

(proceso particular que refiere a la actividad de ver televisión, a la recepción del medio televisivo) expone la agencia del sujeto mediante el análisis de estrategias y tácticas en sus formas de ver, escuchar, percibir, gustar, pensar, soñar e imaginar la televisión. Dichas formas implican distintos tipos de interacción con la televisión, en contextos concretos, donde la persona no deja de *ser persona*. Dos nociones que aparecen hasta el momento son importantes para desarrollar el concepto de televidencia.

En primer lugar, la *interacción* que tiene arraigo en los estudios culturales y literarios de recepción, relaciona dos conceptos sustanciales: *negociación* y *apropiación*, respectivamente. De tal manera que la recepción se concibe como un proceso complejo de negociaciones por parte de la audiencia con los medios, que resultan en apropiaciones y usos de diversa índole. Para los estudiosos, esta perspectiva implica problematizar la duración del proceso de ver televisión y los resultados de las interacciones o de la televidencia. En segundo lugar, la noción del *contexto*, como parte integral en la constitución de la relación con la televisión. Para Orozco, el contexto se configura a partir de mediaciones que intervienen en las televidencias, de fuentes donde surgen las dinámicas *estructurantes* y de *escenarios* por donde transcurren los procesos de televidencia. En suma, la televidencia es:

Un proceso complejo que conlleva múltiples interacciones de la audiencia con la televisión 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 televisión y audiencias (Orozco, 1996b, p. 27).

La televidencia extiende su dominio de manera temporal y espacial: antes, durante y después del contacto directo con el medio televisivo. Configura un tiempo (*destiempo televisuales*) y un espacio (*deslocamientos*) diferentes. Dos categorías resumen esta multidimensionalidad: a) *Televidencias de primer orden*, cuando la apropiación es directa y primaria, orientada en función del contacto con el televisor; y b) *Televidencias de segundo orden*, que refiere a escenarios más allá de la exposición, como una especie de resonancia donde se renegocian y reproducen los significados.

Orozco (2001) profundiza en las interacciones particulares con la televisión para no quedarse en el nivel de la situación (como la propuesta de Thompson). Así, tenemos una relación de varios niveles, entre los sujetos sociales y la televisión, que Orozco denomina *vínculo policromático*, con el fin de hacer visible la complejidad de la interacción. Para ello, desarrolla cuatro categorías que corresponden a dimensionalidades distintas: a) *Lingüística televisiva*, es la gramática singular de la televisión; b) *Mediacidad*

*televisiva*, son la programación, los formatos y los géneros; c) *Tecnicidad televisiva*, es la dimensión tecnológica que otorga opciones de cambio, de manera específica en los aparatos televisivos, a partir de disposiciones adquiridas o sedimentadas en la audiencia; y d) *Institucionalidad televisiva*, industria cultural o empresa comercial con trayectoria histórica y con intereses particulares.

No obstante, el modelo sustancial de Orozco establece las mediaciones como lugar de registro de los procesos estructurantes que orientan los vínculos de la audiencia con la televisión. El *Modelo de mediación múltiple* constituye el espacio donde las micromediaciones y macromediaciones se enlazan con lo cotidiano y con prácticas sociocomunicativas.

Los tipos de mediación que propone son: a) *Mediación individual*, que surge del sujeto en tanto individuo (de un género, edad y una etnia) con desarrollo cognoscitivo y emotivo particular. Constituye la estructura mental con la que el sujeto conoce. Esta dimensión puede operacionalizarse mediante categorías como repertorios interpretativos, textos o guiones mentales; b) *Mediación situacional*, que refiere la situación y el vínculo del sujeto social con la televisión. Responde a cuestiones como el número de personas o el tipo de lugar donde ocurre la interacción, los valores familiares y patrones de comunicación que intervienen en el proceso de televidencia; c) *Mediación institucional*, la cual reconoce la participación de instituciones alternas a la esfera televisiva, que implican otro tipo de producción de significados en los sujetos—como la familia o la escuela—bajo diferentes reglas, negociaciones, grados de poder, condiciones materiales y espaciales; d) *Mediación videotecnológica*, que consiste en la mediación que produce la televisión misma, como la manera de estructurar los géneros y formatos (*vínculo policromático*); y e) *Mediación de referencia*, la cual implica las características que sitúan el contexto social como el estrato socioeconómico, la cultura, la procedencia geográfica, la etnia, el género, los cuales intervienen diferencialmente en la interacción del sujeto con los programas televisivos.

El objetivo del análisis integral del fenómeno de la recepción centra su interés en el desarrollo de una propuesta educativa a partir de la comunicación. No hay que olvidar la plataforma para intervenir con las audiencias con el fin de reformular una enseñanza que posibilite la toma de decisiones frente a la pantalla. El empoderamiento de la audiencia mediante la educación es sustancial en la propuesta de Orozco, su categoría de *televidenciación* pretende intervenir de manera pedagógico-lúdica para desarrollar una cultura de los medios.

La importancia de este aspecto, además de su carácter político, es que implica un “desafío metodológico múltiple” (Orozco, 2001, p. 117). En primer lugar, interpela al marco epistémico del investigador: preferencias personales y políticas que pueden representar riesgos en la investigación. En segundo lugar, ubica la construcción de una racionalidad metodológica que permite obtener diferentes tipos de evidencias. Finalmente, el mayor desafío es *hacer sentido* de las evidencias obtenidas, lo que involucra una estrategia de asociación de los elementos para la comprensión del objeto de estudio.

## Las posibilidades

### *de un modelo teórico-metodológico*

Este trabajo examinó propuestas teórico-metodológicas que constituyen argumentos esenciales para situarlas en el estudio de los procesos de recepción. Las formulaciones de los autores, así como sus modelos y estrategias son cruciales para entrever la compleja relación de los medios de comunicación de masas con las audiencias. Aunque en conjunto *reestablecen* postulados y métodos de la teoría social clásica, una característica sobresaliente es la sistematización y la crítica para proponer las innovaciones teóricas y metodológicas.

En una perspectiva metodológica es importante tener un diálogo con las teorías. Algunos modelos o esquemas iluminan los niveles de objeto de estudio para abordarlos desde diversos instrumentos. Me refiero a niveles como los discursos, las instituciones y las audiencias. Un modelo clave para entender esto es el esquema elaborado por Anthony Giddens, con algunas rearticulaciones de Thompson, Jensen y Orozco, trabajadas en cuanto a las compatibilidades enfatizadas anteriormente.

Si el interés se ubica en la recepción televisiva y en cómo se estructuran las audiencias, los conceptos clave se resumen en cuatro puntos:

Primero. Con enfoque sociológico, John B. Thompson desarrolla una *teoría interaccional* y reconsidera los aspectos más sutiles y elaborados sobre las condicionantes históricas en los procesos de institucionalización de los medios de comunicación de masas, bajo dispositivos estructurales de poder económico y simbólico. Por una parte, esta teoría interaccional resuelve el *tipo* y los *niveles de interacción* que permiten situar a sujetos en un tiempo-espacio y en un contexto específico (que a su vez implican rutinas en su relación con los medios de comunicación), y explicar el carácter

simbólico de las relaciones entre sujetos y con los soportes materiales (por ejemplo, el televisor y el concepto de *cuasi-interacción mediada*).

El concepto de *cuasi-interacción mediada* puede extenderse en el caso de la televisión si relacionamos lo que Orozco denomina el “vínculo policromático”, con el fin de hacer visible la complejidad de la interacción con la televisión o los medios de comunicación masiva. En el sentido de articular las cuatro categorías que corresponden a las dimensiones del *lenguaje*, la *mediacidad*, *tecnicidad* e *institucionalidad*. Categorías que dan cuenta, además, de constituyentes analíticos para el estudio de los medios de comunicación masiva.

Por otra parte, el objeto de Thompson es comprender las *transformaciones culturales* asociadas con la *modernidad*, aspecto clave para analizar la internacionalización de los medios de comunicación, relacionada inevitablemente con procesos que trascienden las naciones y modifican las formas de interacción entre los sujetos.

Segundo. La teoría de Klaus Jensen aporta el punto de partida fundamental para conocer los esquemas subjetivos, es decir, los modos de interpretar la interacción con la televisión. La reconsideración de la actividad de la audiencia supone esquemas de interpretación conformados por procesos subjetivos, relacionados con los *niveles de interacción* dinamizados en sectores culturales, mediante vínculos con *estructuras de significación*. La descripción refiere a la semiosis social, elemento constitutivo de toda percepción y cognición humana que orienta la actividad social y la manera de pensar dicha actividad. En estos términos, pueden estudiarse las elaboraciones discursivas de los sujetos a partir de *recontextualizaciones* en las maneras de significar los programas televisivos, los acontecimientos y a *los demás*.

El concepto de *repertorio interpretativo* sintetiza de manera creativa la dimensión subjetiva, reflexiva y comunicativa de las pronunciaciones discursivas. Las categorías de *interpretante dinámico* e *interpretante final* son importantes para pensar la relación entre los contenidos televisivos y la decodificación que realizan las audiencias, en el sentido de analizar la reflexividad de los televidentes. En este sentido, la semiótica de primer orden, como modelo de análisis (con gran similitud con el segundo paso del “marco metodológico de la hermenéutica profunda”), resulta esclarecedora para analizar los repertorios interpretativos de las audiencias.

Tercero. La actividad de la audiencia como productora de significado implica pensar la recepción como un proceso social y cognitivo, ubicado contextualmente. Los aportes de Jensen (1987) son clave para conocer la interacción entre los sistemas comunicativos y la audiencia. El modelo puede denominarse como *factores de recepción* (mediáticos, situacionales, de la audiencia, analíticos), y tiene una compatibilidad sorprendente con el *Modelo de la mediación múltiple* de Guillermo Orozco.

Los *factores mediáticos* tienen que ver con los niveles contextuales de los productos, el flujo y las convenciones del género. Este factor describe la dimensión parecida a la *mediación videotecnológica* de Guillermo Orozco. Esta dimensión de la recepción ubica la dimensión lingüística del medio, los contenidos de la programación y los recursos técnicos sobre lo que los televidentes producen significados. Los *factores situacionales* hacen referencia a los elementos sociales específicos que suceden en la recepción. Guillermo Orozco lo entiende como *mediación situacional*, para apostar por el registro de posibilidades y límites que favorezcan la apropiación de los referentes televisivos, así como las condicionantes espaciales y temporales. Aunque Orozco denomina *mediación institucional* los estilos de socialización con reglas culturales, coincide con Jensen (que los denomina como *factores de la audiencia*) en la manera de entender a los grupos que decodifican los referentes televisivos como *comunidades interpretativas*, que definen a los televidentes por su lugar social y aspectos culturales.

Finalmente, los *factores individuales* consideran la capacidad de expresión y perceptiva de conformaciones específicas de cada televidente, las gratificaciones buscadas, su experiencia y gustos personales (Orozco denomina esta dimensión como *mediación individual*). De esta manera, el sustento interpretativo para el análisis de los procesos de recepción es partir de la articulación de la propuesta de Klaus Jensen con el aporte de Guillermo Orozco.

Cuarto. La *televidencia* es una categoría analítica que Orozco ha potenciado. Además de pensar en las múltiples dimensiones, factores o mediaciones que intervienen en la interacción de las audiencias con la televisión (la estructuración), facilita la comprensión de los vínculos y los límites espacio-temporales (televidencia de primer y segundo orden). Por otra parte, el concepto de *escenario* teoriza un rango medio –para no decir local– de los procesos relacionados con los medios de comunicación de masas. Conocer el escenario permite saber los niveles espaciales y de interacción de los televidentes.

## Conclusiones

A lo largo del texto, se hizo especial énfasis en las perspectivas multidimensionales y conceptos que pueden ser entendidos en su relación estructural con otros conceptos. El resultado de las discusiones es un marco que considera la recepción como un esfuerzo multidisciplinario por entender los múltiples procesos de interacción social y sus resultados, que se realizan entre segmentos de audiencias y referentes de comunicación.

Con este trabajo quedan como supuesto los avances dados en el ámbito internacional en los estudios de recepción y comunicación. Además de reconocer la negociación de significados (actividad del receptor) y la satisfacción de intereses y placeres legítimos, los estudios de los procesos de recepción reconocen la “estructuración” de algún modo de las audiencias en sus tipos de interacción con los medios, interacciones y dinámicas que van más allá de la mera exposición a la televisión (Galindo, 2001; Jensen, 1995; Morley, 1996; Lull, 1992; Orozco, 2001; Thompson, 1995) y que también impactan en el espacio público y privado donde intersectan con múltiples procesos de recepción que nos definen como miembros de una o varias audiencias de acuerdo a diferentes dispositivos tecnológicos como la televisión, Internet, celulares, *IPods* (Grimson, 1999; Orozco, 2007)

Por ello, la noción de los sujetos como pasivos en los procesos de recepción deja paso al concepto de “interacción” que permite dar cuenta de los procesos mediante los cuales las personas se relacionan con los medios y entre ellos mismos, de la impregnación de tipos de acción que le es inherente y de la acentuación de la agencia de cada persona.

**Recibido: 13 de diciembre de 2007    Aprobado: 21 de julio de 2008**

## Bibliografía

- Ang, Ien (1991): *Desperately Seeking the Audience: How Television Audiencehood is Known*. Londres: Routledge.
- Berger, Peter y Luckman, Thomas (1994): *La construcción social de la realidad*. Argentina: Amorrortu editores.
- Carey, James (1989): *Communication as Culture. Essays on Media and Society*. Nueva York: Routledge.
- Flores Thomas, Claudio (2001): *La metodología cualitativa en la investigación de la recepción televisiva. Análisis comparativo de las técnicas y los supuestos*. Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Fuentes Navarro, Raúl (2001): "Para impensar las comunicación mediada desde una perspectiva sociocultural", en: Beatriz Solís (editora) *Anuario de Investigación de la comunicación*. Coneicc VII. México: UAM-Xochimilco.
- Galindo Cáceres, Jesús (2001): "La televisión como objeto de investigación. Explorando una nueva era de construcción social". Página personal: <http://www.geocities.com/arewara/arewara.htm>
- Geertz, Clifford (1995): *La interpretación de las culturas*. España: Gedisa.
- Giddens, Anthony (1984). *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*. Berkeley, CA: University of California Press. En español: (1995). *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*. Buenos Aires: Amorrortu.
- González, David (2007): *Sueño Americano en México. Televisión estadounidense y audiencias juveniles en Tijuana*, Mexicali: Universidad Autónoma de Baja California, Mexicali, Baja California.
- González, Jorge A. (comp.) (1998): *La cofradía de las emociones (in)terminables. Miradas sobre telenovelas en México*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Grimson, Alejandro; y Varela Mirta (1999): *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*. Argentina: Eudeba, Universidad de Buenos Aires.
- Jankowski, Nicholas, y Wester, Fred (1991): "The Qualitative Tradition in social Science Inquiry: Contributions to Mass Communication Research", en: K.B. Jensen y N. Jankowski (eds.). *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. New York: Routledge.
- Jensen, Klaus Bruhn (1987): "Qualitative Audience Research: Toward an Integrative Approach to Reception", en: *Critical Studies in Mass Communication*. No. 4. Estados Unidos.
- Jensen, Klaus Bruhn (1995): *The Social Semiotics of Mass Communication*. Sage, Londres.
- Jensen, Klaus y Jankowski, N. (eds.) (1991): *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. New York: Routledge.
- Jensen, Klaus B. y Rosengreen, Karl (1990): "Five Traditions in Search of the Audience", en: *European Journal of Communication*, Vol. 5, No. 2, 207-238. En español: "Cinco tradiciones en busca del público", en: Daniel Dayan (comp.) *En busca del público* (1990). España: Gedisa. 1997.



- Lull, James (1992): “La estructuración de las audiencias masivas”, en: *Diálogos de la comunicación*. No. 32. Lima: Felafacs.
- Martín-Barbero, Jesús (1987). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Martín-Barbero, Jesús (1990): “De los medios a las prácticas”, en: Guillermo Orozco (coord.) *La comunicación desde las prácticas sociales. Reflexiones en torno a su investigación*. PROIICOM. No. 1. México: Universidad Iberoamericana.
- Martín-Barbero, Jesús (1998): *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Martín-Barbero, Jesús (2001): “Deconstrucción de la crítica: nuevos itinerarios de la investigación”, en: Vasallo de Lopes y Fuentes (comps.) *Comunicación, campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*. Guadalajara: ITESO.
- Mead, George H. (1993): *Espiritu, persona y sociedad*. Buenos Aires: Paidós.
- Morley, David (1996). *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Argentina: Amorrortu.
- Orozco, Guillermo (1991): “La audiencia frente a la pantalla”, en: *Diálogos de la comunicación*. No. 30. Lima: Felafacs.
- Orozco, Guillermo (coord.) (1994): *Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*. México: Universidad Iberoamericana.
- Orozco, Guillermo (1996): *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*. México: Universidad Iberoamericana/Ediciones de la Torre.
- Orozco, Guillermo (coord.) (2000): *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Orozco, Guillermo (2001). *Televisión, audiencias y educación*. Buenos Aires: Norma.
- Orozco, Guillermo (coord.) (2007). *Un mundo de visiones. Interacciones de las audiencias en múltiples escenarios mediáticos y virtuales*. ILCE.
- Ortiz, Renato (1998): *Otro territorio*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Peirce, Charles S. (1978): *Lecciones sobre el Pragmatismo*. Buenos Aires: Aguilar.
- Ricoeur, Paul (1995). *Teoría de la interpretación. Discurso y excedente de sentido*. México: Siglo XXI.
- Rogers, Everett (1993). “Looking Back, Looking Forward: a Century of Communication Study”, en: Philip Gaunt (ed). *Beyond Agendas: New Directions in Communication Research*. Westport CT: Greenwood Press.
- Thompson, John B. (1993). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de comunicación de masas*. (1990) México: UAM-Xochimilco.
- Thompson, John B. (1995). *The Media and Modernity: a social Theory of the Media*. Stanford: Stanford University press.