

INSTITUTO TECNOLOGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Reconocimiento de Validez Oficial, Acuerdo S. E. P. No. 15018

Diario Oficial del 29 de Noviembre de 1976.

MAESTRIA EN COMUNICACION



**¿Caja negra o caja de Pandora? La recepción de mensajes.
Una aproximación al problema, con anteojos greimasianos.**

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRA EN COMUNICACION
P R E S E N T A
ROSA ESTHER JUAREZ MENDIAS

GUADALAJARA, JAL.

OCTUBRE 1990

¿CAJA NEGRA O CAJA DE PANDORA?

La recepción de mensajes. Una aproximación al problema,
con anteojos greimasianos.

Rosa Esther Juárez M.
Maestría en Comunicación.
ITESO, verano 1990.

TABLA DE CONTENIDOS.

Presentación	pag 1
Capítulo I: Los medios masivos y el estudio de la recepción. Revisión de algunas propuestas.	14
1.- La recepción como problema.	14
2.- Usos y gratificaciones.	17
3.- Los aportes de Umberto Eco.	19
4.- La perspectiva de Desiderio Blanco.	22
5.- El enfoque de Michel De Certau.	23
6.- La propuesta de T. Van Dijk.	24
7.- La lectura crítica de los mensajes.	25
Capítulo II: La finalidad. ¿De qué manera los sujetos son co-productores de sentido?	30
Capítulo III: Pautas teórico-metodológicas. Semiótica de la Recepción.	33
1.- El marco general. <<El simulacro>> del sentido.	33
2.- Los supuestos. La comunicación es un <<hacer cognitivo>>.	38
3.- El Método. La recepción de mensajes como simulacro del relato.	45

Capítulo IV: Acercamiento formal al fenómeno de la lectura. Estudio de cuatro casos.	52
1.- El proceso de investigación.	52
2.- La determinación del referente político y expresión en cuatro textos.	54
3.- Los mensajes y sus propuestas.	57
3.1.- <u>ANÁLISIS DE UN CUENTO CORTO.</u> "Señales de humo negro" de Cristina Pacheco.	57
Los sujetos. Gabriel y Remigio.	57
Los estados. La tristeza del desempleo.	57
El antisujeto. El amigo ingrato.	58
La performance. La ironía como un nuevo estado.	60
Hacia la estructura profunda. La disforia del desempleo.	61
3.2.- <u>UNA NOTA PERIODÍSTICA:</u> "Además de La Quina, ejército y policía detuvieron a 37 personas"	64
El programa narrativo de base. La pérdida de la libertad.	64
Los sujetos y los antisujetos. Los actores del conflicto.	66
El sujeto y su competencia. El poder y el saber para despojar de la libertad.	70
La estructura del conflicto. Los objetos de los sujetos.	72

3.3.- <u>FRAGMENTO DE "LA MODERNIZACION EN MEXICO"</u> , de Carlos Salinas de Gortari.	75
El programa inicial. La invitación a la unidad.	76
Los actores y el sujeto agente. El acto performador del poder.	79
La transformación del programa inicial. La continuidad desune.	82
3.4.- <u>"SEÑAS DE IDENTIDAD"</u> , de Adolfo Gilly.	87
El programa narrativo de base. Disyunción con la unidad.	88
El agente del cambio y sus competencias. El saber desune.	91
El antisujeto. <<El verdadero enemigo>>.	92
La estructura del conflicto. El poder como objeto del deseo.	97
4.- Los lectores.	100
4.1.- La construcción de un <<texto>>	100
4.2.- Caso primero: <u>Una estudiante de psicología.</u>	103
Episteme.	
El Mundo. <<El país es muy bonito>>.	103
Lo sociopolítico. <<El PRI es una mafia>>.	105
A manera de análisis. El estado de creencia inicial. Lo individual vs lo social	106
La lectura de los mensajes.	112

Documento No.1: La reafirmación de la creencia inicial.	112
Documento No.2: De la afirmación al rechazo.	113
Documento No.3: De la afirmación a la duda.	115
Documento No.4: La afirmación de un creer.	116
Conclusión.	117
4.3.- Caso Segundo: <u>Una estudiante con vocación de arquitecta.</u>	118
Episteme.	118
El Mundo. <<Un país con riqueza mal distribuida>>.	118
Lo sociopolítico. <<La falta de amor>> por México.	119
A manera de análisis. La creencia inicial. En la política no hay solidaridad.	120
La lectura de los mensajes.	125
Documento No.1: La afirmación de la creencia inicial.	125
Documento No.2: La afirmación de un nuevo creer.	126
Documento No.3: De la duda al creer.	128
Documento No.4: De la afirmación al rechazo.	129
Conclusión.	131
4.4.- Caso Tercero: <u>Un estudiante de psicología.</u>	132
Episteme.	133
El Mundo. <<La gente cree que el mundo es bastante bonito, pero eso es irreal>>.	133
Lo sociopolítico. <<La responsabilidad es de todos>>.	134

A manera de análisis. La creencia inicial. <<El grupo que gobierna es estúpido>>.	135
La lectura de los mensajes.	140
Documento No.1: La afirmación de un creer inicial.	140
Documento No.2: El rechazo a la <<versión oficial>>.	141
Documento No.3: El aburrimiento como rechazo.	142
Documento No.4: La exageración conduce a la duda.	143
Conclusión.	144
4.5.- Caso Cuarto: <u>Un estudiante de ingeniería química.</u>	145
Episteme.	146
El Mundo. <<El país tiene bastante lacras>>.	146
Lo sociopolítico. <<México debe ser impulsado por los jóvenes>>.	147
A manera de análisis. La creencia inicial. <<El grupo en el gobierno quiere el cambio>>.	148
La lectura de los mensajes.	152
Documento No.1: Del admitir al afirmar.	152
Documento No.2: De la afirmación al rechazo.	153
Documento No.3: Afirmar para dudar.	155
Documento No.4: Admito luego afirmo.	156
Conclusión.	158
Algunas reflexiones finales.	159
Bibliografía.	168

Muchos parecen haber olvidado en América Latina -y esto sí es lamentable y peligroso- que la teoría es trabajo. Vivo. Con la vida que también -y sobretodo- se afirma desde las carpetas, los pupitres y las pizarras.

Oscar Quezada.

PRESENTACION.

Pérdoname, no puedo hablar más alto.
No sé cuando me oirás tú, a quien me
dirijo.

¿Y acaso me oirás?

Mi nombre es Hor.

Te ruego que acerques tu oído a mi
boca, por lejos que estés de mí,
ahora o siempre. De otro modo no
puedo hacerme entender por ti.

Y aunque te avengas a satisfacer mi
ruego, quedarán bastantes secretos
que tendrás que develar por tu cuenta
Necesito tu voz donde la mía falla.

Michel Ende

El espejo en el espejo.

Presentar, introducir, platicar, compartir el trabajo
realizado durante un largo tiempo, me parece que se asemeja
al hecho de relatar la historia de una relación amorosa. Lo
que puede parecer impúdico, porque supone justificar en cierta
medida el deseo -impulso de toda relación de amor-, que ha
guiado en este caso, la búsqueda de respuestas sobre el
problema de la recepción de mensajes y por ello, de la
comunicación.

La tradición quiere que la labor de investigación sea
vista -y presentada-, como necesariamente <<objetiva>>. La
ética científica positivista nos ha heredado una <<moral>> que
despoja a la actividad de búsqueda del saber, de su dimensión
afectiva o patémica.

Pero la inclinación por el conocer es humana y, por ello, entremezcla -lo reconozcamos o no-, la razón con el espíritu, es decir no es una actividad fría y desinteresada, sino por el contrario puesto que está arraigada en el sujeto. Por esta razón, deseo ahora al compartir los resultados de este largo proceso, manifestar la pasión que lo ha hecho posible, de la cual desconozco los orígenes, pero que sé, le da una significación vital a la búsqueda sobre el sentido, a mis interrogaciones sobre la comunicación y a mi práctica profesional, cuestiones que forman una sola cosa, afortunadamente.

Y es que la búsqueda del saber es finalmente la búsqueda de uno mismo, necesidad de autoconocimiento, que al construirse puede proyectarse al grupo social y así beneficiar a los otros, que, siendo distintos, se me asemejan.

Por otro lado, si asumimos que la presentación de un trabajo es una invitación a compartir una cierta manera de observar el mundo -o una parcela de esto, formalizado en un objeto-, y en este sentido una invitación a hacer comunidad, se estará de acuerdo conmigo que en este sentido, la presentación supone una ex-posición, de lo que se es y se posee. Es decir, implica una operación de hacer-creer que lo expuesto es un objeto valioso, digno de ser poseído o compartido. Lo que también involucra -siento yo- la dimensión patémica mencionada arriba, en tanto que se espera una sanción positiva del objeto propuesto. Quiero mostrar que mi objeto de pasión es un objeto deseable no sólo por mí, sino por otros que, como yo, se interrogan sobre el mundo, cualquiera que sea la forma que sus cuestionamientos tomen; en otras palabras, persuadir -finalidad de todo mensaje, y también del discurso que se pretende científico-, respecto del objeto de conocimiento y de la manera en que lo he abordado.

Sin embargo, el ser narradora de esta historia de la que soy protagonista, es decir en la que ejerzo un hacer modalizado por la pasión, enmarcados ambos en un ética que quiere ser coherente y consistente, obliga también a un esfuerzo de autocrítica. Y, en este sentido, el narrar mi experiencia de trabajo supone la necesidad del hacer interpretativo de quien me lee, de aquí el epígrafe que preside este apartado -pero que es provocador también de reflexiones sobre nuestro tema de investigación-; En tanto sujeto que <<habla>>, necesito la mirada y el oído del otro para, en el encuentro de las subjetividades, reafirmar el sentido de mi búsqueda y los caminos que he trazado...por cierto, no siempre sola.

La comunicación de esta pasión, que pudiera parecer ausente en la estructura interna del trabajo -debido a la convención del campo académico-; la autocrítica de los logros y comunicación de éstos en su justa medida, forman parte del compromiso que me he impuesto al socializar una experiencia de trabajo. Espero haberlo logrado.

II.-

Es porque interrogamos (y pensamos en) el sentido de la práctica comunicativa -más aún en su dimensión macro social- que somos, de hecho, semióticos. Plantearse esta cuestión es ser <<de lleno>> semiótico. Y en comunicación social, decir sentido es afirmar y negar sentidos, direccionalidades, intencionalidades, tensiones, contratos, conflictos, pasiones, solidaridades, presuposiciones, sobreentendidos... contradicciones. En suma, la vida.

Oscar Quezada.

El presente trabajo, se ha llevado a cabo en el espacio académico de la Maestría en comunicación del ITESO, que, -utilizando el metalenguaje greimasiano-, puede ser visto como <<paratópico>> en la medida en que ahí se han adquirido las competencias, el saber, necesarias para su realización; y al mismo tiempo, como espacio <<utópico>> puesto que también es el lugar de la realización, de la perfo mancia.

Lugar donde, a través del encuentro/desencuentro, -en mi práctica primero de estudiante y posteriormente docente-, con diferentes ideas y sus portadores, mis interrogaciones <<abstractas>> o, mejor dicho, sin mucho cuerpo, cobraron forma concreta, recibieron apoyo y, también, -aunque muy modestamente-, han sido influjo para que surgieran otros cuestionamientos o proyectos.

Lo anterior quiere decir que mi trabajo deberá ser contextualizado en una institución académica que se propone mirar la comunicación desde una perspectiva sociocultural, entendida no como cuerpo teórico consolidado, sino como espacio de búsqueda y conjunto de preguntas.

Desde esta perspectiva se focalizan principalmente tres dimensiones: A) la producción institucional de comunicación; B) la apropiación o co-producción de sentido; y C) la constitución social del sujeto. Así, privilegiando estos niveles, se pretende comprender para transformar; desarrollar una metodología comunicacional, útil para hacer comunicación en forma organizada estratégicamente para la producción institucional de campos discursivos y situaciones de comunicación (interacciones), en función de propósitos específicos de interpelación. (LUNA; 1987).

Desde aquí nos hemos formulado entonces, la pregunta por la apropiación o coproducción del sentido, es decir, por la actividad que llevan a cabo los destinatarios de la comunicación.

Acercándonos a la Teoría Greimasiana -que hoy por hoy es la propuesta semiótica más consolidada y provocadora en el discernimiento de la producción y estructuración del sentido- optamos por pensar la recepción como operación semiótica, que consiste sobretodo en hacer ser el sentido. Estamos hablando pues, de operacionalizar una <<semiótica de la recepción>>.

En un intento de coherencia y seriedad, pero también de reconocimiento de nuestros límites -en este caso personales y no institucionales-, se consideró la adscripción a la propuesta de Greimas de manera rigurosa -sin acudir a otras disciplinas-, para asegurar así la validez y pertinencia de nuestro empeño.

Para muchos, esta será una fuerte limitante de nuestro trabajo, en la medida que no integra otras visiones de la comunicación que también pretenden dar cuenta de su complejidad, pretendiendo asumirla como totalidad.

Sin embargo, en la medida en que no se es competente -de nuevo, personalmente-, en el manejo de esas propuestas que intentan <<poner de pie>> a la semiótica -asumiéndola sólo como una herramienta de obtención de información, interpretable en un marco más <<amplio>> -dicen-, y sobretodo, porque se asume que es válido establecer una delimitación para avanzar -con mayor seguridad-, en la clarificación de una parcela de este campo del hacer humano, he preferido ser fiel a un proyecto científico, cuyo <<objetivo es el de explicitar las condiciones de producción y aprehensión del sentido. El relato, el discurso, es el SIMULACRO de situaciones sociales y es, por lo tanto, el lugar privilegiado en donde el semiótico puede estudiarlas>> (QUEZADA: 1988;20).

De esta manera, se quiere decir que la Semiótica no desconoce el campo que esas otras disciplinas tratan de asegurar, o el estudio de la comunicación como unidad sumamente compleja en la que entran en juego diferentes órdenes, por el contrario.

La Semiótica, reconociendo la complejidad del fenómeno que quiere describir, opta por producir las condiciones en las que pueda asegurar su explicación y conocimiento, y no sólo la elucubración que muchas veces no es posible constatar.

Por otra parte, al tratar de reconstruir una semiótica de la recepción hemos tenido la pretensión, de llevar a cabo una aplicación lo más sencilla posible de la Metodología que propone la Escuela de París. Por esta razón prescindimos de la exposición exhaustiva del método y su metalenguaje. Deseando con ello, no agobiar al lector que, por otro lado, suponemos, conocedor, iniciado o interesado en la jerga semiótica.

Sin embargo, de cualquier manera, para efectos de contextualizar el presente ensayo, remitimos al lector a obras conocidas que exponen exhaustivamente y con propiedad cada uno de los elementos que lo conforman. Pueden ser consultados cualquiera de los siguientes libros: A) El Diccionario Razonado de la Teoría del Lenguaje, de Greimas y Courtès, editado por Gredos, 1982. B) Metodología del Análisis Semiótico, de Desiderio Blanco y Raúl Bueno, Universidad de Lima, 1980. C) Metodología y Teoría Semiótica de Graciella Latella, Hachette, 1985. D) La Escuela de París de J. C. Coquet, traducido por la Maestría en Comunicación del ITESO en un texto de circulación interna titulado: "La semiótica de Greimas", Textos Escogidos, No.22. ITESO, 1989.

III.-

...estamos de acuerdo en lo esencial: el texto existe...
Greimas.

Colocados en este marco que nos brinda la Semiótica, emprendimos entonces el reto de dar cuenta de la recepción de mensajes. Lo cual supone una gran dificultad, en vista de que nuestro objeto de estudio no es un texto previamente construido -por otro- para comunicar <<algo>>, sino por el contrario, es un fenómeno que, precisamente, implica el intercambio de textos, discursos, mensajes entre sujetos -individuales o colectivos-, en un afán por encontrarse a través de la actividad de comunicación.

Por ello, nos vimos obligados a realizar la tarea de construir una situación de comunicación, en la que se pudiera observar de qué manera los sujetos destinatarios de la comunicación masiva producen sentido al reconocerlo.

Esto quiere decir, desde la perspectiva semiótica que hemos elegido como pertinente, que estábamos obligados a construir las condiciones en las que la actividad productora de sentido de los destinatarios pudiera ser manifestada, pues de lo contrario, su estudio -consideramos-, se vuelve materialmente imposible, ya que el hacer específico de los sujetos receptores de mensajes es inaprehensible, en la medida en que se realiza <<dentro>> de ellos, que no son sujetos especializados en la expresión de la producción de sentido, al contrario de lo que sucede con los medios masivos, cuya función social es precisamente la producción de comunicación.

Así, construimos un <<simulacro>> de la situación de comunicación, en el que las actividades del sujeto destinatario pudieran establecerse, a la manera en que se observan en un relato o narración.

Narrativizando entonces el fenómeno de la recepción, nos dimos la posibilidad de analizarla con el instrumental semiótico de la Escuela de París, asumiendo los límites que desde luego impone toda elección metodológica.

Construir el relato de la recepción, implicó entonces varias operaciones. La primera de ellas fue ubicar la Comunicación, en la dimensión cognitiva del relato.

Recordemos que dentro de las <<estructuras semionarrativas>> del Recorrido Generador de la Significación, se ubica el NIVEL SUPERFICIAL, que da cuenta de sujetos que intercambian objetos. Transformando así sus estados y por ello su ser, en vista de que los objetos son considerados como el lugar de investimento de valores (GREIMAS: 1979;246).

De esta manera, se puede considerar el acto de comunicación como un intercambio de interpretaciones o visiones sobre <<las cosas>>, que constituyen objetos cognitivos en tanto que son objetos del saber sobre el mundo y suponen una interpretación y una sanción.

Sin embargo, el discurso, más que comunicar una <<verdad>> -en terminos ontológicos-, sobre el mundo, consiste mas bien en un decir-verdad <<veri-diction>>, es decir, tiene como función el hacer parecer verdad, por lo que está sobredeterminado por la modalidad del creer. (GREIMAS: 1976;18).

Desde aquí, la comunicación es considerada como un campo de interacción y manipulación entre sujetos, que ejercen un hacer cognitivo recíproco. Por un lado, el destinador tratará de persuadir, es decir de hacer-creer que su visión/objeto es <<verdad>>, y por otro el destinatario ejercerá una interpretación o sanción, que desembocará en un creer -o no en ese objeto/visión del mundo.

Entendemos, pues, que una situación de comunicación consistirá en la proposición de un destinador/emisor de una <<verdad>>, a la que el destinatario/receptor responderá con una aceptación o rechazo. Según Greimas ésta depende de las competencias del destinatario, que deberá estar en condiciones de querer y poder aceptar.

Lo que define estas competencias -del querer y poder aceptar, es el Episteme de los sujetos, que consiste fundamentalmente en su visión del referente a propósito del que habla el destinador. En cierto sentido, es una <<verdad>> que el sujeto posee, sobre lo que se le comunica.

En forma muy sintética, hemos expuesto el marco en el cual nos ubicamos para intentar un acercamiento formal a una situación de comunicación, en la que se pudiera focalizar la lectura -o interpretación- que los destinatarios ejercían, y describir las operaciones que la hacen posible.

· Tratando de resumir. En nuestro estudio hemos considerado que, en la situación de comunicación que creamos, se destaca un sujeto principal -nuestro destinatario- cuyo estado inicial puede ser de conjunción/disyunción con el objeto verdad que el mensaje propone, pudiendo entonces sufrir transformaciones de dicho estado. Así, la labor del análisis trató de establecer los cambios -o no- que se operaron.

Para realizar la observación de estos cambios, tuvimos que configurar una situación concreta de comunicación. Para lo cual operamos varias elecciones o decisiones. Establecimos entonces los elementos que consituirían una situación comunicativa: mensajes, el qué de los mensajes, y los receptores.

En vista de que nuestro campo de ejercicio profesional es también -y sobre todo- la docencia, consideramos relevante trabajar con los sujetos destinatarios de nuestra práctica, con la finalidad de poder utilizar el conocimiento que nuestro estudio generara en la posible elaboración de ciertas estrategias educativas. Considerando además que por el hecho de tener una formación escolarizada, estos sujetos estaban en mayor posibilidad de expresar su lectura.

Por otro lado, se consideró que los mensajes escritos ponían <<menor resistencia>> al investigador para tratar de dar cuenta de ellos con un instrumental semiótico.

Finalmente, se consideró un referente <<relevante>>, estableciendo como lo <<sociopolítico>> aquello de lo que hablarían nuestros mensajes, acerca de lo cual, suponíamos nuestros destinatarios tenían un Episteme más o menos definido.

De esta manera, nuestro estudio da cuenta de qué manera sujetos universitarios -itesianos-, interpretan -leen- diferentes mensajes escritos que refieren a la situación sociopolítica mexicana del momento. Dicho en otras palabras, de qué manera estudiantes de una universidad privada, interpretan o sancionan cuatro mensajes: un cuento corto, una nota periodística, un fragmento del discurso del Presidente de la República, y un ensayo de análisis. Teniendo en común todos ellos, el que <<hablan>> sobre acontecimientos políticos ocurridos en México en un período determinado (1988-1989).

Aunque estamos satisfechos del resultado obtenido, en la medida que hemos logrado establecer de qué manera el destinatario ejerce su actividad interpretativa en el acto epistémico que suponemos es la comunicación, consideramos el presente reporte, más que nada como un insumo para reflexionar y poder esclarecer cada vez más la problemática que investigamos.

IV.-

La semiótica, no hay que olvidarlo, es en primer lugar una praxis.

Greimas.

Escribiendo este reporte, caí en la cuenta de que hace exactamente diez años, realizaba yo mi primer trabajo formal de semiótica. Lo cual, me obliga a reflexionar en términos de <<balance>> respecto al hacer ejercido en todo estos años. Sin duda, el trabajo no ha sido fácil en vista en que incursioné -al igual que muchos-, en un campo para el que no tenía una formación previa -sobre todo en lingüística-, que asegurara facilidad y rapidez en la apropiación de el saber hacer de la Semiótica.

Pero la dificultad no me ha persuadido de abandonar el campo. Por el contrario, cada vez valoro más la eficacia de la Semiótica para dar cuenta del fenómeno de la comunicación humana, y sigue siendo una pasión reafirmada en la vida diaria y el trabajo personal, y de otros, que a través de este saber-hacer avanzan, sin duda en forma bastante mas sólida, en la clarificación de algunos problemas del campo de la comunicación.

Por otro lado, la presentación de este trabajo no puede concluir sin reconocer que el camino ha sido muy largo y que en él he sido acompañada por gente, que muchas veces sin ni siquiera saberlo, me brindaron su apoyo, ayudándome a avanzar.

En este sentido, el resultado de estos años, incluido lo que aquí presento, no me pertenece en exclusiva a mí, y el acto de comunicarlo tiene también la finalidad de compartirlo con los que me han ayudado a realizarlo.

Espero entonces que mis colegas -algunos y sobre todo, algunas, también mis afectos, en la medida que la cotidianeidad nos ha unido-, se reconozcan y puedan también sentirse satisfechos. Agradezco entonces a través del fruto del trabajo, sus ideas, asesorías, miradas, palabras de afecto, risas, chistes, albures, en una palabra el pedacito de vida compartido.

En igual acto de agradecimiento, espero que mis alumnos - también algunos de ellos mis amigos- se sientan convocados y provocados amorosamente.

Otra esfera es la de casa, donde nos cobijamos y trabajamos a deshoras, rodeados por el apoyo y afecto de quienes forman parte sustancial de nuestra vida, y a los que ellos saben de que manera reafirmo mi amor en este trabajo.

Capítulo I.

LOS MEDIOS MASIVOS Y EL ESTUDIO DE LA RECEPCIÓN. Revisión de algunas propuestas teóricas y prácticas.

"...Kublai, pregunta a Marco: -cuando regreses al poniente, ¿repetirás a tu gente los mismos relatos que me haces a mí?

-Yo hablo, hablo -dice Marco- pero el que me escucha retiene sólo las palabras que espera. (...) Lo que comanda el relato no es la voz: es el oído".
Italo Calvino.

1.- La recepción como problema.

El estudio de la recepción no es ninguna novedad. La Estética ha tenido al receptor por preocupación desde hace ya muchos años, sobresaliendo en este campo las aportaciones de H. Jauss con su Receptionestetik. Por otro lado, J.M. Castellet hace ya más de treinta años que publicaba La hora del Lector. Roland Barthes hablaba del tema ya por 1971. Sin embargo en nuestro país la preocupación por el estudio de la recepción es muy reciente.

Quizá se remonte a los primeros estudios de "Usos y Gratificaciones" y, además, ha sido abordada de manera dispersa. Es por lo que intentamos dibujar un panorama de las principales maneras que actualmente existen para mirar el problema de la recepción.

Cabe destacar primeramente que la mayoría de los estudios que sostienen la actividad del receptor se han conformado en respuesta a la famosa "teoría de la aguja hipodérmica", cuyo modelo comunicacional está basado en la teoría de la acción de la psicología conductista.

Recordemos que, para los conductistas, todo comportamiento puede ser entendido a la luz de la unidad conceptual estímulo-respuesta. Un comportamiento es necesariamente la respuesta a un estímulo, el cual si no produce respuesta no es estímulo. De esta forma, la teoría hipodérmica proponía una relación directa e inmediata entre la exposición a los mensajes y los comportamientos. Por esta razón, se sostenía que los medios masivos eran peligrosamente manipuladores: bastaba la exposición a ellos para que tuvieran un efecto sobre los receptores. Estos, por su parte se concebían como un conjunto anónimo, sin interacción entre ellos. Individuos atomizados, aislados, indefensos ante la gran capacidad estimuladora de los medios masivos, eran por lo tanto, sujetos de manipulación. De esta manera, se privilegiaba la iniciativa de los emisores, correspondiendo la respuesta o efecto -siempre acorde al estímulo-, al destinatario. Se trataba de un sujeto receptor pasivo, siempre dispuesto a recibir inactivamente aquellos estímulos que el emisor deseara. (WOLF:1987).

Sin embargo, a estas alturas, en el campo de los estudios de la comunicación resulta ya casi un lugar común insistir en la actividad del receptor. Incluso los periodistas -que no siempre ni necesariamente son estudiosos de la comunicación- consignan y difunden la no pasividad del público (GRANADOS CHAPA:1988).

Por otro lado, antes de iniciar la revisión de algunas propuestas teóricas para el estudio de la recepción, es necesario recordar que aunque centrarse en el receptor supone de cualquier forma -aunque en ocasiones quede implícito- un modelo comunicacional; se es siempre receptor de algo, que a su vez es enviado o producido por alguien, y todo esto en una determinada situación.

Dicho en otras palabras, al estudiar la recepción necesariamente se atenderá al mensaje -por lo menos-, que llega por un medio específico que determina en mucho la situación comunicacional. Así, la forma que adquieran los mensajes conllevará una gramática que impondrá de entrada un cierto tipo de competencia para su comprensión o lectura. Ver televisión, asistir al teatro, observar una exposición, leer un libro, escuchar la radio, ver una película, atender una clase o conferencia, ver un audiovisual, leer un periódico, etc, son actos bien distintos que posiblemente tengan algo en común, una especie de lógica elemental. Sin embargo, creemos que es necesario dar cuenta de la especificidad del medio, ya que como señala T. Kowzan, las formas comunicativas inciden en la estructuración de los mensajes como en la situación de recepción (KOWZAN s/f).

También es importante destacar ahora, el hecho de la diversidad de nombres para llamar a los receptores. Lectores, espectadores, público, audiencia, receptor, televidentes, perceptores, etc, términos que están en estrecha relación con la manera de abordar el estudio de este segmento de la comunicación. No son sólo nombres, sino conceptos que implican una visión de su estatuto o condición, así como -ya lo señalamos arriba- un medio de comunicación específico con el que se les pone en relación.

En todo caso, lo importante es anotar junto con Mc Quail que se está cuestionando la concepción de la audiencia como grupo o conjunto que recibe en buena medida el mismo contenido en el mismo momento y lugar (MC QUAIL: 1983). Es necesario, sin embargo, recordar que a lo largo del desarrollo de los medios de comunicación, la audiencia ha ido variando.

En el inicio, cuando el teatro y la ópera eran los "los medios" que difundían, esparcían o divertían, su comportamiento era institucional, es decir, estaba determinado espacial y temporalmente.

Ahora, en épocas de medios de difusión electrónica, existe una pérdida de localización y distanciamiento de los receptores. Esta característica viene a afectar directamente su estudio.

En este marco de comunicación cibernética, la audiencia tiene varios significados o maneras de entenderse. Una primera acepción es la de audiencia como agregado de espectadores, lectores, radioescuchas y telespectadores. Su centro focal es el número. Los Sujetos son contabilizados y el elevado número en ocasiones se usa como prueba del impacto de los medios. Otra cosa es la audiencia como masa que, caracterizada por su gran tamaño, es heterogénea, dispersa, anónima, efímera. Por otro lado, el <<público>> significa una audiencia como grupo social preexistente, activo, interactivo, con cierto grado de autoconciencia para influir en los medios masivos de comunicación. Finalmente, la audiencia vista como mercado ve en los receptores consumidores potenciales cuyo perfil socioeconómico es conocido. Insta una relación de productor-consumidor entre el emisor y el receptor.

Ahora bien, ¿en qué términos se ha tratado de dar cuenta de la actividad del receptor?

2.- Usos y Gratificaciones.

El enfoque de usos y gratificaciones ha sido muy difundido. En el tiempo en que surgió -aproximadamente en 1958-, fue pionero en concebir la actividad del receptor. En aquella época, los estudios sobre los efectos estaban en voga y esta teoría de los usos del medio quería tener "mayor probabilidad de comprender los efectos de la comunicación",

ya que el estudio de los efectos veía al receptor como alguien que sólo es afectado por los medios de comunicación, como ya lo señalamos en un principio.

Elihu Katz ha sido uno de los que han difundido mayormente esta propuesta que no tiene -por lo menos en sus inicios- una teoría unitaria y\o padre fundador cuya preocupación fuera construir una explicación sistemática y coherente, sino que fue surgiendo poco a poco a través de un grupo de estudiosos que, cada uno por su cuenta, desarrollaba ciertas preocupaciones por la misma línea, aunque éstas eran diversas y un tanto asistemáticas. El punto de partida es que el receptor es un usuario activo de los contenidos de los medios masivos. La relación entre los mensajes y los efectos, por tanto, no es directa, sino que está mediada por la variable <<uso>>. Los usuarios, se supone, tienen ciertas necesidades que requieren satisfacción -gratificación en sus términos- y los medios serán vistos como alternativas funcionales para tal satisfacción. Esta podrá ser derivada no sólo de los contenidos, sino también del acto mismo de exponerse a los medios (KATZ:1979). La problemática que este enfoque atiende ser entonces "Los orígenes sociales y psicológicos de las necesidades que generan expectativas respecto a los medios masivos y otras fuentes, lo que conduce a esquemas diferenciales de exposición a los medios u otras actividades, lo que resulta en gratificaciones a la necesidad y otras consecuencias" (KATZ: 1979;257).

Los supuestos de tal planteamiento implican pues, la concepción del público como un ente activo que conforme a sus necesidades individuales que buscará satisfacer, tenderá a un uso motivado de los medios masivos. El público visto así no estará a merced de los medios, sino por el contrario, tendrá un cierto poder sobre ellos, ya que le corresponde vincular la gratificación con la elección de los medios y los mensajes.

Al mismo tiempo los medios masivos adquieren una importancia relativa en la vida de los sujetos, ya que existen otras fuentes de satisfacción de necesidades con las que compiten.

En nuestro país, la investigación de la recepción con el enfoque de "Usos y gratificaciones" ha sido muy explorada, sobre todo en relación a la televisión y los niños (FERNANDEZ:1986).

3.- Los aportes de Umberto Eco.

Desde otra base teórica, U.Eco se preguntaba a propósito del mensaje televisivo: "Cuando yo transmito un mensaje, ¿qué reciben efectivamente individuos diferentes en situaciones diferentes?" (ECO:1983), desde el punto de vista semiológico, definía el mensaje televisivo como un sistema de signos cuya estructura es detectable. El estudio de la recepción, desde este punto de vista, la deberá tomar en cuenta, de la misma manera como toma en cuenta la intervención del emisor. Por otra parte, en la comunicación de masas también inciden los marcos de referencia.

En un primer momento, Eco define la recepción como una situación de decodificación del mensaje. En este sentido, constituye un problema de códigos, verdadero problema cuando no se decodifica en función del mismo marco de referencia o códigos que los utilizados por el emisor. Se trata aquí de la mal llamada "decodificación aberrante", que posteriormente va él mismo a criticar y a llamar "la última libertad" para el receptor bombardeado por mensajes persuasivos, ya que cada significante abre en el espíritu de quien lo recibe un campo semántico sumamente amplio, por lo que el mensaje nunca es recibido de manera unívoca (ECO:1974).

En su reflexión acerca de la televisión Eco también destaca la dificultad de la semiología para establecer el efectivo sistema de significación de los receptores singulares. Se necesita investigar empíricamente, afirma, para conocer los sistemas de significación tanto del emisor como del receptor y la real eficacia comunicativa de los mensajes.

Por otro lado resalta la pluralidad de códigos al interior de una misma sociedad, pues las reglas textuales varían de un grupo a otro (ECO:1979). Eco establece claramente que no se trata de homogeneizar los códigos del receptor a los del emisor, sino de "comprender las vastas mutaciones de la conciencia colectiva que el desarrollo de los medios masivos provocan" (ECO:1979;301). El problema de la recepción es la libertad de conocer la existencia de otras organizaciones del contenido que no corresponden a las nuestras. "Comprender lo que otros comprenden puede servir para ponerles en condiciones de comprender lo que comprenden otros grupos cuya gramática ignoran ellos" (ECO:1979;303).

Es sin duda en Lector in Fabula donde Eco caracteriza con mayor precisión la actividad del receptor (ECO:1981). Al reinterpretar un texto el lector es cooperativo, interviene, actualiza, opera sobre él. En este sentido necesita ser competente gramatical y circunstancialmente. El autor <<sin saberlo>> prevee esta actividad de su lector para que sea capaz de interpretarlo siguiendo la misma estrategia de producción. Por otro lado, no es necesaria la existencia empírica del lector, porque aunque el texto se emite para que alguien lo actualice, ese alguien no necesariamente existe. El texto también contribuye a formar competencias necesarias -ya se dijo- para su reconocimiento, pues se trata de un fenómeno de cooperación textual que se realiza entre dos estrategias discursivas, no entre dos sujetos individuales. (ECO:1981).

Finalmente en Notas sobre semiótica de la recepción (ECO:1987). Eco replantea el interés del semiólogo por el fenómeno de la lectura a quien le interesa "no el andar empírico de la lectura propiamente dicha -lo que constituiría el objeto de una sociología de la recepción-, sino los procedimientos de construcción o de deconstrucción del texto que el acto de la lectura actualiza" (ECO:1987;6).

Desde aquí la lectura es vista siempre como una actividad de colaboración; de interpretación. Así, el semiólogo deberá construir una teoría de la interpretación que tome en cuenta tres tensiones presentes en el fenómeno de la lectura: la *intentio auctoris*, la *intentio operis* y la *intentio lectoris*, las tres estrechamente ligadas (ECO:1987;11). Sin embargo, toda interpretación deberá ser sostenida y refrendada por el texto independientemente de la intención del autor empírico. Desde esta perspectiva, dos tipos de lectura son previstas por el texto: La semántica, que es una lectura inocente, atendida a la manifestación lineal del texto, y la lectura semiótica, actividad crítica que busca las razones estructurales por las que el texto puede ser leído linealmente. Es interesante notar la evolución en el discernimiento de la problemática. Se ha dado un desplazamiento del objeto: no se trata de indagar el uso de los textos, sino de la lectura como construcción de sentido, operación que está más allá o más acá del hacer empírico. También, como señalábamos al principio, queda claro que el problema de la recepción supone relación: autor, mensaje y receptor no tienen sentido uno sin los otros dos, y es que, como Eco afirma "la teoría semiótica de la recepción surgió en respuesta sobre todo a tres formas de abordar la comunicación: al estructuralismo, para el que sólo le interesaba el texto; a las corrientes semánticas anglosajonas que prescindían de las circunstancias de empleo; y a ciertos empirismos sociológicos que veían sólo el uso que la sociedad hace de los textos" (ECO:1987;10).

4.- La perspectiva de Desiderio Blanco.

Desiderio Blanco también ha abordado la cuestión de "la actividad receptiva" (BLANCO:1985). Desarrollando su propuesta a partir de un examen de la polémica de si el gusto del público es creado o no por los medios masivos, Blanco dice que "existe una indudable circularidad entre emisor y receptor en el proceso de comunicación; existe igualmente una incesante corriente de retroalimentación, entre los mensajes y los receptores, sin la cual, el proceso no podría producirse ni mantenerse" (BLANCO:1985;31).

En este sentido, el público demanda lo que los medios le dan, ya que éstos han creado el tipo de público que ellos pueden satisfacer. "El gusto y la actividad receptiva del espectador no son innatos ni permanecen imperturbables a lo largo de la historia. La sociedad configura ese gusto y esas actitudes receptivas (...) es la ideología dominante la que impone una determinada actitud y un gusto determinado" (BLANCO:1985;32), para conservar la sociedad y mantener a los receptores "alienados". Con una problemática así planteada, Blanco elabora las siguientes hipótesis: A) La comunicación de masas trabaja con la coplicidad del imaginario popular, socilamente configurado. B. La ideología dominante aprovecha la estrucutra del imaginario popular para asentar y perpetuar su dominio. C) La única alternativa para romper ese circulo reside en la ruptura de las normas (ideología), que rigen la construcción de los mensajes (...) reestructurando (así) el imaginario popular (BLANCO:1985;32).

Con los recursos del psiconálisis desarrollado a la manera de Lacan, Blanco abunda en la estructura de las representaciones imaginariasñ aborda los géneros como formas del imaginario popular y como instrumentos ideológicos, que posibilitan la alienación de los receptores.

La preocupación de Blanco es el desarrollo de la conciencia crítica en los receptores y para ello propone la deconstrucción de los mensajes, como condición para romper con la ideología dominante, no sólo en los contenidos sino también en las formas.

5.- El enfoque de Michel De Certeau.

Interesado en la vida cotidiana, Michel De Certeau se preocupa "por lo que el consumidor cultural fabrica durante las horas empleadas en mirar televisión o una película en el cine, así como otras imágenes que se le ofrecen totalmente hechas" (DE CERTAU:1986;51).

Para De Certeau la recepción deja de ser tal, y debe para vislumbrarse como producción, aunque distinta a la del emisor, limitada por el medio y los productos de la comunicación. Tal producción "se caracteriza por maneras propias de emplear los productos defundidos e impuestos por el orden económico dominante" (DE CERTAU:1986;62). Al igual que Eco, ubica el fenómeno en el marco de sociedades desniveladas, predomina también en su propuesta la preocupación por abordar la recepción en grupos marginados o populares. En igual parecido con Eco, se hace notar la distinción de diversas culturas al interior de una misma sociedad, lo que da origen a diversas formas de leer o producir sentido, ya que así como los sujetos se apropian del lenguaje, haciendo suyas ciertas palabras y combinaciones, así, "la cultura popular se formula esencialmente en artes de hacer esto o aquello", (DE CERTAU: 1986;64). De esta manera, propone abordar el estudio de la actividad de los receptores desde el concepto de práctica cotidiana en la que distinguirá las estrategias y las tácticas. La vida cotidiana estaría gobernada más por la táctica que por la estrategia, ya que consiste en saber aprovechar la ocasión para actuar, más que para elaborar un discurso.

Para describir estas prácticas ordinarias, el punto de partida es la lectura como actividad. El texto imagen o palabra nos dice De Certau, se presenta habitable a la manera de un departamento alquilado que es amueblado con los gestos, recuerdos, posibilidades y competencias del habitante. La descripción de las prácticas y de la utilización de ciertos productos culturales, como por ejemplo los programas de televisión, implica el estudio de la "lógica de este pensamiento que no se piensa" (DE CERTAU:1986;65), con el auxilio de diversas disciplinas: la sociología, la antropología, la historia, la etnometodología y la sociolingüística, para interrogar con ellas las lógicas fuertemente formalizadas y su extensión al dominio de la acción. (DE CERTAU:1986).

6.- La propuesta de T. Van Dijk.

Desde otro lugar epistemológico, Teun A. Van Dijk (VAN DIJK:1985) propone consituir como objeto de estudio el entendimiento del discurso, desde un punto de vista cognoscitivista. La problemática que se plantea es la comprensión del discurso, para la que es necesario ahondar tanto en las propiedades del discurso como en los procesos cognitivos, elementos que intervienen tanto en la elaboración como en la recepción de mensajes. Desde este punto de vista, la comunicación ocurre en un contexto sumamente rico, ya que el receptor se enfrenta con señales percibidas sensitivamente, que coteja con el conocimiento sintáxico y semántico anterior (VAN DIJK:1985). Es decir, plantea un receptor que lleva a cabo una cierta actividad: cognitiva. El receptor en su memoria a corto y largo plazo ha almacenado información que su cultura y sociedad le han permitido construir y que le sirve de norma. Así, la actividad de los sujetos en situación comunicativa, se refiere sobre todo a operaciones intelectuales. Tales operaciones son compartidas tanto por el

receptor como por el emisor, sólo que en orden invertido. Comprender o elaborar los discursos, supone las mismas operaciones.

7.- La Lectura Crítica de los mensajes.

La preocupación por comprender la actividad de la recepción está emparentada con los trabajos que promueven la lectura crítica de los mensajes. Aunque es difícil establecer con precisión quién engendró a quién, es un hecho que la reflexión teórica alimenta los programas de lectura crítica y éstos retroalimentan y permiten o deberían de permitir avanzar a la primera.

Entre los medios masivos, es sin duda la televisión la que concentrado más el trabajo de ambos esfuerzos, quizá por su gran influencia y mayor alcance. El poder que se le atribuye desde el inicio de su desarrollo, contribuyó a que los estudios sobre este medio, derivaran del análisis de sus efectos, hasta la propuesta de programas de lectura crítica, pasando por los intentos de atrapar el hecho simple de ver televisión en una compleja práctica cultural.

En América Latina tenemos actualmente varias experiencias tanto de investigación sobre la recepción como programas de lectura crítica que merecen ser recogidas y multiplicadas. Nos referiremos algunas de ellas que nos parecen especialmente sobresalientes, pero debe quedar constancia de que los esfuerzos en esta línea no se reducen a los casos aquí mencionados.

J. Martín Barbero, por ejemplo, se ha preguntado (MARTIN BARBERO:1987), qué hace la gente con la televisión, y trabajando en Colombia con el concepto de uso en el sentido que le asigna Michel De Certeau, ya revisado por nosotros,

trata de a) describir los hábitos de consumo de los medios por distintos grupos sociales; b) ubicar los espacios de circulación y semantización de la telenovela (caso concreto a investigar); así como c) describir las competencias e imaginario colectivo que permiten el reconocimiento de los significados actualizados en productos concretos (MARTIN BARBERO:1987).

Este planteamiento se distingue del modelo de usos y gratificaciones en que ubica la problemática en el campo de la cultura, lo que constituye una parte integral de los nuevos modelos para entender la recepción.

En este sentido, se cree que los usos no se agotan en las diferencias de clase social, sino que existen competencias culturales transclasistas, así como competencias narrativas que se ponen en marcha, tanto en la emisión como en la recepción de mensajes.

No se trata, entonces, de medir la distancia entre los mensajes y sus efectos, pues la <<lectura>> de la televisión es vista como una actividad por medio de la cual los significados se organizan en un sentido. Es reproducción y producción de sentido.

El trabajo de Martín Barbero es un proyecto que aborda desde la configuración de la industria de la televisión, el análisis de las ideologías que intervienen en el proceso de emisión\producción, hasta el análisis de las formas de apropiación\recepción (M.BARBERO:1987).

Otro estudio es el de Guillermo Orozco (OROZCO: 1987), quien ha examinado la televisión y la cultura de los receptores para elaborar estrategias de educación antihegemónicas con finalidades de transformación social en México.

Los receptores, que en este caso son niños, se conciben como negociadores de significados. Su actividad reside en el esfuerzo mental que realizan al atender y comprender el mensaje al que se exponen, siempre en relación a un repertorio de significados que poseen. La televisión por su lado, se caracteriza, por ser una de las instituciones sociales, al igual que la familia y la escuela, que tiene a su cargo la función de socialización. En este sentido, la televisión reproduce ideología. El planteamiento de fondo es que en la medida en que el repertorio que se posea sea mayor, se podrán revertir los significados hegemónicos de la televisión (OROZCO;1987).

Por otra parte, Paula Edwards trabaja en Chile con el interés de indagar De qué manera los grupos y los individuos construyen el significado en contextos concretos (EDWARDS: 1986), ya que, por un lado, la influencia de los medios se considera limitada por factores diversos y, por otro, a la información no se le asigna un significado objetivo, universal, sino dependiente del contexto situacional.

Inspirado en buena medida en algunas de las aportaciones de Eco, mencionadas por nosotros, este esfuerzo de investigación trabaja por el desarrollo de una recepción activa. Esta se entiende como un proceso que refuerza las condiciones de mediación presentes en el momento de la decodificación. Al mismo tiempo, estimula a enfrentar la televisión como objeto de sentido y a reconocer la propia percepción también como propuesta de sentido (EDWARDS:1986). Se trata, sobre todo, de reconocer las influencias ideológicas, tanto en la fase de producción como la de recepción.

Finalmente, establece tres casos hipotéticos de decodificación en los mismos términos que los del emisor; b) mezclada, porque se adapta a la ideología dominante pero la opone al aplicarla a situaciones concretas; y c) totalmente opuesta.

Valerio Fuenzalida (FUENZALIDA:1984) nos ayuda entender este tipo de preocupaciones que pretenden superar metodológica y teóricamente al conductismo y que además tienen una intencionalidad de transformación social: se piensa que "quienes disponen de varios lenguajes y prácticas para significar la realidad, tienden a ser más activos, selectivos y discrepantes ante las proposiciones televisivas" (FUENZALIDA:1984;128), y a la inversa, de ahí la necesidad de trabajar en un proyecto de educación para una recepción activa.

La lectura crítica de los mensajes forma parte de un proyecto más vasto llamado educación para los medios -sobre todo para la televisión-, que de maneras diversas se ha trabajado en distintos países del mundo desde hace ya varios años. En América Latina, dada nuestra situación de pobreza y dependencia, ha venido cobrando especial trascendencia. En Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, Venezuela, Uruguay y México, se han desarrollando -de diversas formas cada uno, y en ocasiones de manera muy dispersa- programas no formales cuya intención es educar para los medios. La experiencia más acabada, en opinión de G.Orozco, es, quizá la chilena, al interior del grupo del CENECA, que atiende a escuelas grupos y organizaciones sociales, buscando "superar la denuncia de la alienación y tratando de valorizar las propias experiencias culturales de los diversos grupos sociales, (para que) a través de esta valoración los grupos adquieran la capacidad de enjuiciar a la televisión y demandarla activamente (CHARLES-OROZCO:1989;31).

En México los programas para fomentar la lectura crítica de los medios masivos y en concreto de la televisión, son escasos y dispersos. El caso de IMDEC en Guadalajara, con su taller de metodología es la experiencia que cuenta con mayor continuidad y madurez. Recientemente Mercedes Charles Creel y Guillermo Orozco (1989), han venido trabajando en una propuesta en este sentido, que recoge la experiencia de estos programas en todo el mundo, pero que tomando en consideración la situación concreta de los niños, profesores y padres mexicanos, se perfila como un programa distinto a los demás, que pretende responder a la especificidad mexicana.

La pretensión de todos estos esfuerzos de educación para los medios es "potencializar la capacidad crítica y analítica del receptor, así como la capacidad creativa y expresiva de los grupos socioculturales específicos(...) también buscan la constitución del grupo como una entidad colectiva con capacidad de demandar un manejo más democrático y plural de los medios masivos con el fin de transformarlos en instrumentos al servicio de la comunidad" (CHARLES-OROZCO:1989;50).

Y es que, es necesario decirlo, la lectura crítica de los mensajes supone una lectura crítica del mundo y la sociedad, de las relaciones del hombre con los objetos y los otros hombres; supone también la conciencia de que somos los hombres -y las mujeres- quienes somos productores de sentido y por ello creadores del mundo y la sociedad que nos rodea.