

LOS ESTUDIOS DE RECEPCIÓN EN ARGENTINA HOY: RUPTURAS, CONTINUIDADES Y NUEVOS OBJETOS

Florencia Saintout
Natalia Ferrante

Resumen:

El presente artículo realiza un recorrido a partir de la década de 1970 de la formación del campo de la comunicación y del surgimiento de las llamadas teorías de la recepción en América Latina y en la Argentina en particular. Asimismo desarrolla las principales vertientes y perspectiva desarrolladas en el país en torno a los estudios de recepción.

Palabras Claves: Comunicación -
Estudios de Recepción - Argentina

Florencia Saintout. Licenciada en Comunicación Social,
Magister en Comunicación de la Universidad
Iberoamericana de México.
Titular de las cátedras Comunicación y Teorías
y Comunicación y Recepción de la Facultad
de Periodismo y Comunicación Social
de la Universidad Nacional de La Plata.

Natalia Ferrante. Licenciada en Comunicación Social,
docente de la cátedra Comunicación y Recepción
de la Facultad de Periodismo y Comunicación
Social de la Universidad Nacional de La Plata.

Con el objetivo de presentar un posible mapa del estado actual de los estudios de recepción en Argentina, en este artículo describiremos los momentos más relevantes de la producción académica y del desarrollo de abordajes posibles sobre los públicos.

No podemos pensar este recorrido a partir de una idea de evolución lineal, donde cada etapa nueva supera y olvida a la anterior, sino más bien como procesos de continuidades y rupturas, en una historia demasiado nueva tal vez para ser analizada en perspectiva.

Los llamados estudios de recepción en Argentina se institucionalizan en la década de los ochenta luego de la caída de la Dictadura Militar y en el marco de una crisis profunda en las ciencias sociales.

Estos estudios hundieron sus raíces en ciertas reflexiones y trabajos previos a la Dictadura y habían comenzado a problematizar la relación de los medios con el público, aunque no lo hicieran desde la idea de recepción, sino más bien, desde la mirada sobre la crítica a los efectos que provocaban las industrias culturales en la sociedad.

Básicamente dos fueron las líneas que tomaron el problema antes de la Dictadura. En primer lugar, una tradición que integró la línea del pensamiento nacional y ciertas reflexiones de la sociología de la cultura para pensar la resistencia de los sectores populares a la industria cultural. La línea del pensamiento nacional aportó la pregunta por los modos en que el pueblo, pensado como cultura negada, cultura nacional a develarse en el proceso de liberación, recreaba los mensajes de dominación propuestos por los medios. También, la lectura temprana de Richard Hoggart, de Boris Ford, a través de Jaime Rest -el creador de los estudios culturales en Argentina- y las nuevas lecturas de Gramsci aportaron elementos en esos años para la problematización de la capacidad de resistencia que tenían los sectores subalternos -la cultura popular, aunque raras veces fuera nombrada así, sino más bien como pueblo, clase dominada- frente a los mensajes de las industrias culturales. Los públicos en este enfoque no eran vistos como receptores aislados, sino que su identidad se pensaba colectiva e histórica, marcada por la problemática

opresión/liberación: más que de receptores se hablaba de lo popular; más que de resemantización se hablaba de resistencia. Nombres como el de Aníbal Ford, Heriberto Muraro, Héctor Schmucler fueron los representantes de esta línea de trabajo¹.

El segundo modo de abordaje de la relación medios masivos y públicos en la década del setenta en Argentina fue la reflexión que desde la semiología se hizo sobre los campos sociales de la significación, sobre la discursividad social, y en este marco la preocupación por las condiciones de reconocimiento de los discursos mediáticos. La idea que guió el análisis fue la afirmación de que un discurso siempre es un mensaje situado, producido por alguien y dirigido a alguien. Eliseo Verón, fue el máximo representante de esta problemática.

La ruptura y los estudios de recepción en la década del ochenta

Con la llegada de la dictadura más sangrienta en la historia argentina hacia la segunda parte de la década del setenta, la mayoría de los intelectuales se exilió, o fueron perseguidos y acallados, lo que implicó un abrupto silencio en la investigación y la reflexión que recién se retomará en la década del ochenta. La emergencia de la pregunta sobre los públicos en este momento está marcada entonces, además del contexto de crisis de las ciencias sociales, por la experiencia de la derrota de los movimientos sociales; por la necesidad de repensar el campo de lo político y su inscripción en la cultura. La investigación de los públicos se

¹Junto con la denuncia del papel de reproducción de la ideología dominante jugado por la industria cultural de EEUU, se comienzan a enunciar una serie de preguntas sobre los usos populares de esos medios y también sobre ciertos sujetos y relatos construidos en las industrias culturales locales que recuperan la cultura popular. Para ilustrar estas preocupaciones, es interesante ver como en noviembre de 1973, en la revista Crisis, se publica un dossier sobre «Tango. Poesía popular del yrigoyenismo al peronismo», coordinado por Noemí Ulloa y en la que escriben Aníbal Ford, Blas Matamoro, Jorge Rivera y Eduardo Romano. En este dossier se hace visible claramente cómo es que la idea de lo popular histórico, como negación y como promesa, guía las reflexiones desde sobre el estatuto de la industria cultural. Podemos mencionar también como trabajo central en torno a la problemática, y cuyos fragmentos aparecen en la revista Crisis, la investigación sobre Homero Manzi realizada por Aníbal Ford (Ford, 1971), y publicada por el Centro Editor de América Latina.

inscribe así en el campo de la comunicación y la cultura, entendido a partir de la imposibilidad de plantear por separado cada una de las dos áreas. Hector Schmucler lo describe así:

“ES ASÍ COMO PARA LA DÉCADA DEL OCHENTA ESTAMOS FRENTE A UN PROCESO QUE PLANTEA DIMENSIONES NUEVAS AL MISMO TIEMPO QUE HUNDE SUS RAICES EN PLANTEOS PREVIOS. HAY RUPTURA, PERO TAMBIÉN HAY CONTINUIDAD: NO TODO LO QUE SE INVESTIGA EN LA DÉCADA DEL OCHENTA, ES INAUGURAL. ESTO VALE LA PENA SEÑALARLO PORQUE JUSTAMENTE LOS DISCURSOS Y PRÁCTICAS QUE TERMINAN INSTITUCIONALIZANDO EL CAMPO ACADÉMICO DE LA COMUNICACIÓN PARA ESTOS AÑOS LO HACEN SOBRE LA AFIRMACIÓN DE UN DESPLAZAMIENTO ENTENDIDO EN TÉRMINOS ABSOLUTOS: DE LOS MEDIOS A LA CULTURA; DE LOS MODELOS INSTRUMENTALES -FUNCIONALISTAS TANTO DE IZQUIERDA COMO DE DERECHA-, HACIA EL ANÁLISIS CULTURAL. DE ALGUNA MANERA PODRÍAMOS DECIR QUE LA ‘HISTORIA OFICIAL’ DE LOS ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA DÉCADA DEL OCHENTA, REPRODUCIDA EN LA ENSEÑANZA ESCOLARIZADA, HABLA DE UNA SUCESIÓN DE TEORÍAS COMUNICACIONALES QUE EVOLUCIONARON DESDE UN ENFOQUE ATENTO A LOS MEDIOS Y SUS PRODUCTORES HACIA OTRO EN LA CUAL LOS PÚBLICOS, MARCADOS POR LA CULTURA, SE TRANSFORMARON EN PROTAGONISTAS. LA HISTORIA DE LA INVESTIGACIÓN SOBRE EL LUGAR QUE LOS MEDIOS MASIVOS TIENEN EN LAS SOCIEDADES QUE DATA EN LA ARGENTINA DE LA DÉCADA DEL SESENTA DESMIENTE ESTA AFIRMACIÓN”².

¿Qué hubo entonces de original y qué hay de continuidad en la década del ochenta y noventa en la problemática de la recepción?

En primer lugar, en el orden de lo nuevo, debemos mencionar cómo es que la exploración sobre los públicos se inscribe novedosamente para la Argentina en las llamadas teorías de la recepción y en un campo de estudios de la comunicación que se comienza a institucionalizar. Con esta afirmación queremos decir que los planteos previos, como lo enunciamos anteriormente, no hablaban de receptores ni hacían alusión a un campo específicos de saberes comunicacionales, y para este momento comienzan a hacerlo adquiriendo un nuevo estatuto, el de ser “teorías comunicacionales”.

A la vez, el giro “teorías de la recepción” alude a una enorme variedad de enunciaciones sobre la relación medios/públicos que involucran un abanico de enfoques epistemológicos y teóricos provenientes de las ciencias sociales todas y que en este momento entran al campo como nuevas referencias. Es así como otra dimensión de lo

nuevo lo constituyen estas vertientes para pensar la problemática, que incluyen desde la escuela de Birmingham y Constanza, la filosofía del lenguaje, la sociología de la cultura de Pierre Bourdieu, la construcción de lo popular de Michael de Certeau, como la reflexión posestructuralista o ciertas corrientes del psicoanálisis. Las nuevas referencias permitirán la construcción de nuevos objetos y problemas, a la vez que implicarán también otros modos de hacer investigación.

Estas teorías de la recepción se inscriben además en lo que algunos llamaron el retorno del sujeto³ para las ciencias sociales: un movimiento de crítica al estructuralismo y su incapacidad para pensar la subjetividad más allá de las estructuras que la fijan y determinan. Para estos años vemos la emergencia de la preocupación en la ciencia social y en el joven campo de la comunicación por pensar cómo es que los sujetos hacen el mundo. Vemos que se lleva adelante un corrimiento desde la comprensión de la subjetividad definida en la reproducción hacia la preocupación por su capacidad creadora. En este contexto en Argentina se publica un trabajo como *Navegaciones, Comunicación, cultura y crisis*, de Aníbal Ford⁴, que retoma observaciones previas sobre el carácter creativo y transaccional de las culturas populares en su relación con la modernidad, y propone pensar esto en el territorio de la comunicación, la cultura y los medios. La hipótesis de que los sectores populares tienen una forma de ver el mundo propia, una cultura, y que esta no puede ser pensada como estado puro desde una visión romántica o folklórica, pero tampoco desde su muerte en la narrativa de la alienación, lleva a las teorías del receptor a explorar los modos en que los sectores populares se relacionan desde la negociación con la cultura masiva. Preguntar por los modos en que lo popular emerge en lo masivo en una relación compleja de negación y creación, conforma en ese momento una de las apuestas fuertes y ciertamente novedosas de la investigación. Aquí también podemos señalar el trabajo de María Cristina Mata sobre los usos de

² Schmucler, Hector; ‘Un proyecto de comunicación/cultura’ en revista Comunicación y Cultura N° 12. Editorial Galerna, México, 1984.

³ Ver. Alain Touraine y Armand Mattelart.

⁴ Ford, Anibal: *Navegaciones. Comunicación, cultura, crisis*. Buenos Aires, Amorrortu, 1994.

la radio, la naturaleza de las propuestas identificatorias y comunicativas que formulan a los sectores populares urbanos y el sentido que ellas adquieren al ser resemantizadas en la recepción. Mata se preocupa en su investigación por ver de qué manera lo masivo se constituye en espacio afirmador y/o negador de lo popular. Explora el papel jugado por los radios en las prácticas culturales de los sectores populares, es en un momento en que luego de los golpes militares en el Cono Sur y el advenimiento de las democracias, esos sectores están reelaborando sus identidades para participar en las escenas políticas y sociales.

La relación entre la cultura popular y las industrias culturales también va a inscribirse en investigación Beatriz Sarlo, *El imperio de los sentimientos*, donde desde la sociología de la cultura y fundamentalmente desde las miradas teóricas que revalorizan la figura del lector en la obra literaria analiza la recepción de un cuerpo de novelas sentimentales -ficciones breves, que se autodenominan novelas, con temáticas donde impera el sentimiento- dirigidas a los sectores populares.

Finalmente, una cuestión que hace a la ruptura, o a lo novedoso de los planteos sobre los públicos en las décadas de los ochenta y noventa, es la noción de resistencia, construida desde un nuevo enfoque teórico sobre el poder. Si en las miradas anteriores el poder aparecía pensado desde su exterioridad a la subjetividad, ahora se lo abordará como constitutivo del lazo social. A partir de la lectura que se hace del pensamiento gramsciano –una lectura que en Argentina vuelve a descubrir a Gramsci en “clave barberiana”, es decir, desde la mirada que sobre su pensamiento recupera Jesús Martín Barbero- se lleva a cabo un desplazamiento de la concepción del poder como imposición hacia la noción de hegemonía y de resistencia. Así, se traslada el acento teórico puesto en la dominación como imposición hacia la dominación como relación de reconocimiento, de comunicación, donde el poder no se ejerce como fuerza sino como sentido. Es decir, que los procesos de dominación social ya no son pensados como procesos de imposición desde un exterior y sin sujetos, sino como procesos en los que una clase o sectores de clases hegemonizan en la medida en que representan intereses que

también reconocen como suyos las clases subalternas. Podemos ubicar aquí el trabajo de Nora Mazziotti en relación al género del melodrama en las telenovelas y las estrategias de lectura de los públicos. En estas exploraciones Mazziotti no desconoce el papel relevante jugado por las industrias culturales a la hora de interpelar y construir sentidos, pero presta especial atención a los desvíos, los residuos, los modos de utilización que no se agotan en la reproducción.

Mencionados los aportes novedosos de las llamadas teorías de la recepción para pensar la relación entre los medios y sus audiencias, es necesario también hacer una referencia a las continuidades de estas teorías con planteos previos como se señaló en la introducción del artículo.

La cuestión más fuertemente marcada que se continúa, aunque como se dijo, bajo otros modos y perfiles, es la preocupación por lo popular. No hay que olvidarse de que en Argentina la problematización de la comunicación desde los públicos y la cultura es trabajada antes del golpe de estado de 1976, fundamentalmente en los enfoques que se preguntan por la relación de las industrias culturales y el estatuto de la cultura popular. Reflexiona Anibal Ford en torno a esos años: “Nuestra preocupación era hacer una nueva lectura de la cultura del peronismo, refutar la metáfora del aluvión zoológico, y recuperar la cultura de la ciudad posinmigratoria tan criticada por los defensores de una Argentina metafísica e hispánica. En este camino comenzó una revisión de la cultura argentina que nos llevó a establecer una contradicción y diferenciación entre la industria cultural internacional-norteamericana y la industria cultural argentina donde sí habían participado hombres fuertemente críticos de la cultura dominante”.

Esta historia, o estos “ancestros” de los estudios de la recepción desde la perspectiva de la comunicación/cultura, que en muchas ocasiones se han perdido por una compleja constelación de razones ha sido recuperada a fines década del noventa por varios investigadores argentinos entre los que podemos señalar las tesis de Víctor Lenarduzzi sobre la revista Comunicación y Cultura y de Ikeda, Padrón y Pirrone sobre el campo de la comunicación en Argentina entre 1970/1976.



Fotografía: virginia contreras

Aunque la indagación sobre lo popular en la democracia tenga otras características, construidas sobre nuevas referencias y nuevos problemas, y aparezca más ligada a los relatos de la “negociación y la hibridez”, y de la cultura en lugar de la política, es un tópico que no deja de plantearse y que aparece como preocupación central del momento, lo que entre otras cuestiones nos remite a su carácter no inaugural.

La recepción como abordaje de las condiciones de reconocimiento

El planteo del estudio de las condiciones de reconocimiento siguiendo la línea semiótica planteada anteriormente, al no establecerse en términos de “recepción” se libera de una serie de problemas y de preguntas a las que va considerar “difíciles responder”⁵. Interrogantes tales como el problema de si la recepción es un proceso predominantemente individual, grupal o colectivo; el problema de la determinación de los alcances de las lecturas e interpretaciones, el problema de la libertad del consumidor frente al de la paranoia del control global; el problema de la pasividad absoluta, entre otros.

En tal sentido, propone una salida a los estudios sobre “recepción” abordándolos transversalmente

y planteándolos en términos de *condiciones de reconocimiento*, donde se considera a tales condiciones como una instancia donde se pone en relación a un discurso o conjunto discursivo con otro u otros, relación que hay que probar, y cuya naturaleza condicionante no siempre resulta “visible” para los actores sociales, es decir, no es imprescindible que socialmente sea caracterizada como un acto de “recepción de mensajes”⁶ e inclusive la propia expresión “receptor” desde esta perspectiva ya no tendría lugar.

Es posible resumir esta propuesta metodológica a partir de ciertos *a priori* teóricos⁷:

Primero: se sustrae toda asimilación del “sujeto” (concepto teórico) a la “persona” (entidad utilizada en los discursos corrientes, producto de numerosas operaciones de sentido).

Segundo: el sujeto no es ni fuente ni origen del sentido en la sociedad. En todo caso, el sujeto – tal como lo describen– es un efecto de sentido, es decir, un producto de operaciones discursivas que lo constituyen.

⁵ Cingolani Gastón; “El juicio de gusto sobre periodismo serio y sensacionalista. Notas para un análisis en reconocimiento de los canales de noticias.”, ponencia presentada en el II Congreso de RED COM - Argentina, organizado por la Red de Facultades de Periodismo y Comunicación Social, Lomas de Zamora, 21-23 de Septiembre 2000.

⁶ Cingolani Gastón, «Juicios de gusto sobre canales de noticias. Un análisis discursivo», Tesis de Maestría (Tutor: Dr. Eliseo Verón Co-tutor: Prof. Raúl Barreiros), Maestría en Ciencias de la Comunicación, “Diseños de Estrategias en Comunicación”, Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario, Julio de 2004.

⁷ Cingolani Gastón; Gusto y Sujetos, Gramáticas de reconocimiento de los canales “Todo Noticias” y “Crónica TV”, en Anuario de Investigaciones 2001, 251-260, Fac. de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, La Plata, 2002.



Fotografía: carolina goyeneche

Tercero: esa constitución en lo discursivo del sujeto se da tanto *en producción* como *en reconocimiento* (en el sentido en que distingue estas instancias E. Verón).

Cuarto: cuando se habla de lo discursivo y de la constitución del sujeto, está claro que no se hace referencia sólo de lo *lingüístico* –la dimensión simbólica en Peirce–, sino “de la composición indeterminable de tres órdenes” del sentido (que incluye también a lo indicial y a lo icónico *peirceano*).

Cabe destacar que el análisis de las condiciones de reconocimiento no se enmarcan en una teoría de la comunicación sino dentro de lo que llamamos Teoría de la Discursividad Social o Teoría de los Discursos Sociales.

Por otra parte es destacable que los objetos privilegiados en las investigaciones que se realizan siguiendo esta perspectiva de análisis siguen vinculados a las producciones de los medios masivos de comunicación, aunque a partir de los últimos cinco años se han incorporado también los usos y consumos de nuevas tecnología tales como Internet. En tal sentido es posible mencionar entre los pioneros del primer grupo a “*La Recepción del Género*” de Oscar Steimberg⁸ y bastante más acá en el tiempo encontramos los trabajos de Mario Carlón sobre la constitución del sujeto en el espacio televisivo⁹, las investigaciones de Gastón Cingolani sobre las condiciones de reconocimiento de los canales de noticias¹⁰, y por último en el grupo de las nuevas tecnologías se hallan las indagaciones de Mabel Tassara y Rolando Martínez Mendoza sobre el uso de Internet en grupos juveniles¹¹, y el ciclo de conferencias “Teorías de la pantalla” brindado por Marita Soto¹².

Los estudios de recepción hoy

Después de más de dos décadas de la emergencia en el campo de la comunicación argentina de la mirada sobre los procesos de lectura y recepción de los mensajes, las llamadas teorías de la recepción, cabe en este artículo la pregunta por el estado actual de la temática.

En líneas muy generales podríamos decir que si bien los estudios de recepción han perdido la

fuerza “de la novedad” su presencia dentro de los ámbitos académicos sigue siendo importante en diferentes dimensiones.

Una de estas dimensiones es aquella que permite el conocimiento acumulado sobre la relación medios/público desde una perspectiva no instrumental y que ha abierto la investigación en comunicación y cultura hacia nuevas problemáticas y temas, enriqueciendo el campo. Es así como aquellos que en los ochenta trabajaban específicamente la cuestión de los públicos hoy están construyendo nuevos objetos de investigación en los cuáles se incorpora el enfoque de la comunicación no como transmisión de información lineal sino desde la pregunta por la construcción social del sentido. Aquí también el desarrollo teórico y empírico sobre la problemática de la cultura popular y los medios ha dejado un importante acervo de conocimiento que está siendo creativamente utilizado por los investigadores locales. Ilustran esta apertura los trabajos de Pablo Alabarces sobre la industria del fútbol¹³ y sus usos desde la cultura popular, como los de María Helena Sanucci¹⁴, sobre la configuración de lo popular en la prensa gráfica argentina contemporánea.

También habla del desplazamiento hacia nuevas problemáticas el rumbo que han tomado hoy investigadoras de la recepción de los años ochenta como Nora Mazzioti y María Cristina Mata. Luego de ser ellas mismas integrantes fundamentales del grupo que en las décadas

⁸ Steimberg, Oscar; *La Recepción del Género*”, Colección Investigaciones N° 1, Facultad de Ciencias Sociales, UNLZ, Lomas de Zamora, 1988.

⁹ Ver: Carlón, Mario; *Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujeto*, Editorial la Crujía, Buenos Aires, 2004.

¹⁰ Cingolani, Gastón; “Condiciones de reconocimiento de los canales de noticias «Todo Noticias» y «Crónica TV»: Indagaciones sobre los consumos culturales y los prejuicios de gusto sobre los llamados periodismo «serio» y periodismo «sensacionalista””, Investigación realizada con Beca de Iniciación del programa de becas internas de la U.N.L.P., bajo la dirección de Eliseo Verón y Raúl Barreiros.

¹¹ Tassara, Mabel y Martínez Mendoza, Rolando; “Internet: percepción por usuarios jóvenes”, ponencia presentada en REDCOM, Buenos Aires, 15 y 16 de noviembre de 2002.

¹² Soto, Marita; “La pantalla de los jóvenes de nuestros días: organización del espacio y modos vinculares”, ciclo de conferencias «Teorías de la pantalla», del Grupo Semeion, Bs.as. 23 de junio de 2004.

¹³ Alabarces, Pablo, “la leyenda continua. Nueve proposiciones en torno a lo popular”. En Revista Tram(p)as de la Comunicación y la cultura, FPyCS, UNLP, La Plata, 2004.

¹⁴ Sanucci, María Helena, *Culturas Populares*, Revista Tram(p)as de la Comunicación y la cultura, FPyCS, UNLP, La Plata, 2004

anteriores habían “fundado” los llamados estudios de recepción en Argentina, en la actualidad sobre sus recorridos previos como base plantean nuevos problemas. Es así como Nora Mazziotti, por ejemplo, se mueve de la pregunta por las condiciones de recepción de las telenovelas y el melodrama hacia sus condiciones de producción, planteando interrogantes sobre la industria del melodrama¹⁵. Y haciéndose cargo del conocimiento acumulado del campo, piensa la producción no como inicio y fundamento de la comunicación, sino que la incluye en procesos culturales complejos de los cuales las audiencias participan activamente. Por su lado, la cordobesa María Cristina Mata, incorpora la problematización de la recepción a la pregunta por los modos de construcción de la ciudadanía dentro de culturas en vías de mediatización que ya no pueden ser pensadas, como sí lo hicieron los estudios de recepción, como culturas masivas.

Además, en el campo académico argentino existe en la actualidad, pero como continuación de una larga tradición ensayística, una preocupación por la reflexión teórica en torno al estado de la investigación. En lo que hace específicamente a la crítica de la recepción, unas enunciaciones pioneras en la década del noventa y que se va continuar luego en diferentes trabajos marcando una línea de pensamiento sobre la recepción, son aquellas expuestas por Sergio Caletti en el Congreso de FELAFACS del año 1992¹⁶, en el cual desarrolla la hipótesis de que la “recepción ya no alcanza” haciendo entonces una serie de críticas epistemológicas y políticas al enfoque. Es que tal vez una de las marcas de identidad del campo académico nacional tenga que ver justamente con este desarrollo crítico de la mirada sobre las prácticas investigativas: podríamos pensar que hay una inclinación más marcada en la comunidad académica hacia el análisis y ensayo teórico que hacia la investigación empírica. Trabajos como los de Alejandro Grimson y Mirta Varela ilustran claramente esta hipótesis. En el libro “*Audiencias, cultura y poder*”, los autores dan cuenta de un determinado estado del campo, y proponen una mirada renovadora y crítica de los modos en que ha sido problematizada la relación de las audiencias con los medios¹⁷.

Finalmente, en lo que hace específicamente a la investigación empírica sobre la recepción hoy, hay tres líneas o enfoques a señalar.

La primera está estrechamente relacionada al campo de la comunicación y la educación, y aquí ha sido vital la influencia de la perspectiva de las múltiples mediaciones del mexicano Guillermo Orozco Gómez¹⁸. En un país como Argentina, donde históricamente el campo escolar ha ocupado un lugar central en la vida colectiva, tal vez incluso mayor que en otras naciones de la región, no es llamativo que desde diversos modos las distintas disciplinas de las ciencias sociales tengan una importante preocupación por la educación. Así, la propuesta de Guillermo Orozco de problematizar la recepción para la educación, ha encajado perfectamente en el campo académico de la comunicación que se abre a pensar la escuela. Pero además, en una comunidad académica que como se dijo posee una tendencia hacia la reflexión teórica y no tanto hacia la investigación empírica, la mirada de las múltiples mediaciones aparece con una herramienta muy valiosa para hacer este tipo de investigación. No hay que dejar de lado que el mismo Orozco presenta su propuesta desde la posibilidad de operacionalizar las reflexiones epistemológicas del pasaje de los medios a las mediaciones de Jesús Martín Barbero, a su criterio complejas de llevar al plano empírico.

En esta línea se inscriben los trabajos de Belén Fernandez, Julia Silver y Tatiana Merlo, por citar sólo algunos, que investigan los modos en que la televisión, y en el caso de Fernandez la cultura mediática, atraviesa la escuela¹⁹.

También podríamos pensar la influencia del modelo de las múltiples mediaciones en el trabajo de la investigadora rosarina Sandra Massoni, aunque ella no trabaja específicamente la escuela sino que más bien el modelo lo utiliza para indagar diversas prácticas.

¹⁵ Mazziotti, Nora, La industria de la telenovela. La producción de ficción en América latina, Buenos Aires, Paidós, 1996.

¹⁶ Caletti, Sergio, “La recepción ya no alcanza”, en Luna Cortés, Carlos (coord.), *Generación de conocimientos y formación de comunicadores*, CONEICC/FELAFACS, México, 1992.

¹⁷ Grimson, A. y Varela, M.: *Audiencias, cultura y poder*. Estudios sobre televisión, Eudeba, Buenos Aires, 1999.

¹⁸ Orozco Gómez, G., *Recepción y mediaciones*, Casos de investigación en América Latina, Enciclopedia de Sociocultura y Comunicación. Editorial NORMA, Buenos Aires, 2002.

¹⁹ Fernandez, Belén: “Reflexiones acerca de una experiencia de recepción televisiva”, *Oficios Terrestres*, EDULP, La Plata, 1996.

La segunda línea de relevancia en los estudios actuales de recepción tiene que ver con la indagación del consumo cultural de bienes que juegan su identidad dentro del campo cultural. Con una fuerte influencia de la perspectiva de análisis bourdiana de los campos y entonces asumiendo que el tipo de bienes que una persona consume tiene que ver con su lugar de clase, en los últimos años se han desarrollado varias investigaciones en la línea del consumo. Uno de estos trabajos es el de Claudio Benzecry sobre el mundo de la Opera²⁰. En su tesis doctoral se interroga por el consumo que hacen los sectores medios de la opera, y los mecanismos que ponen en juego para elaborar lo que Bourdieu llama la distinción.

También es interesante mencionar que en el año 2001 desde el estado²¹, y diseñado por los investigadores Eduardo Lauzán y Diego Palacios, se hizo el estudio sobre consumo de medios en Capital Federal y Gran Buenos Aires más importante en magnitud de la Argentina. Este estudio, que se hizo sobre un muestra de 611 casos, tuvo una dimensión cuantitativa pero también una dimensión cualitativa que arrojó apreciaciones y análisis hasta el momento desconocidas.

Concluyendo y para lo que en este artículo nos compete, es interesante resaltar cómo en los últimos años ha habido una legitimación más allá de los ámbitos académicos de la investigación sobre consumo impensada años antes, que a nuestro criterio está relacionada, entre otras cuestiones, con un corrimiento fuerte en la vida social las esferas de la política hacia el mercado.

²⁰ Benzecry, Claudio: A night at the opera. Aces between high and popular culture, New York University, 2003

²¹ El estudio se hizo a partir de una propuesta del CONFER, Comité Federal de Radiodifusión y la Secretaría de Cultura de la Nación.

