

## BALANCE CRÍTICO Y NUEVAS PERSPECTIVAS DE LA INVESTIGACIÓN SOBRE RECEPCIÓN DE MEDIOS EN CUBA

*María Margarita Alonso  
Universidad de La Habana (Cuba)*

### **Resumen**

La reflexión teórica sobre la comunicación de masas ha atravesado en nuestro país diversas etapas, en cada una de las cuales se expresan los distintos factores histórico-sociales que la han condicionado, así como características propias de la lógica interna de las Ciencias de la Comunicación y su aplicación más o menos autóctona a los problemas particulares de nuestro proyecto histórico social.

Este condicionamiento múltiple se expresa de manera particular en los "Estudios sobre Recepción y Consumo de Medios", área que ha constituido un tema privilegiado dentro de la investigación comunicacional cubana.

Los propósitos del presente trabajo son los siguientes: realizar un balance crítico de la trayectoria seguida por los Estudios de Recepción de Medios en Cuba; Identificar los factores que han condicionado dicho proceso en sus diferentes etapas y caracterizar el estado actual de estos estudios en Cuba.

**Palabras clave:** comunicación de masas, estudios de recepción de medios, Cuba.

### **Introducción**

La reflexión teórica sobre la comunicación de masas ha atravesado en nuestro país diversas etapas, en cada una de las cuales se expresan los distintos factores histórico-sociales que la han condicionado, así como características propias de la lógica interna de las Ciencias de la Comunicación y su aplicación más o menos autóctona a los problemas particulares de nuestro proyecto histórico social.

Este condicionamiento múltiple se expresa de manera particular en los "Estudios sobre Recepción y Consumo de Medios", área que ha constituido un tema privilegiado dentro de la investigación comunicacional cubana.

Los propósitos del presente trabajo son los siguientes:

- Realizar un balance crítico de la trayectoria seguida por los Estudios de Recepción de Medios en Cuba.
- Identificar los factores –tanto internos de la Ciencia como externos, es decir, histórico-sociales– que han condicionado dicho proceso en sus diferentes etapas.
- Caracterizar el estado actual de estos estudios en Cuba, ante los profundos cambios socioeconómicos, políticos y culturales que han tenido lugar en el país en la última década.

### **Desarrollo**

Por diversas razones socioeconómicas, políticas y culturales, los estudios sobre Recepción (públicos, audiencias, efectos) han ocupado un privilegiado lugar dentro de las investigaciones de la Comunicación Masiva en Cuba.

Antes de la década del cuarenta, los estudios sobre la comunicación de masas fueron en el país aislados y asistemáticos, centrados como es lógico en la comunicación impresa y esencialmente descriptivos. Desde el punto de vista disciplinario, estas aproximaciones se basaban, en lo esencial, en enfoques biblio e historiográficos, especialmente de las publicaciones periódicas, por lo que el tema de la Recepción no constituyó en estas etapas objeto de investigación.

Los años cuarenta representan un momento significativo en la introducción de nuevas aproximaciones, técnicas y objetos de investigación, aun cuando la característica principal de dichos estudios era su propósito eminentemente comercial.

El centro de interés de las investigaciones en comunicación en este período era la determinación de los "ratings" de audiencia, auspiciados por la Asociación de Anunciantes de Cuba, lo que explica la tradicional centralidad de los estudios de recepción y audiencias dentro de la investigación de la comunicación.

La figura del investigador cubano Raúl Gutiérrez Serrano, quien fuera discípulo de Paul Lazarsfeld, se encuentra indisolublemente unida a la introducción en Cuba de las encuestas electorales, los "surveys" de variado tipo y la medición cuantitativa de audiencias, directamente importadas del empirismo sociológico norteamericano en una de sus vertientes más representativas: los estudios del consumo radial según la (denominada por De Fleur y Ball Rokeach, 1986) "Teoría de las categorías sociales".

Las investigaciones sobre publicidad y medios de comunicación, estrechamente vinculadas a la radiodifusión en la década de los 40, se intensifican en los años 50 a partir de la introducción de la televisión y el auge de las agencias publicitarias (Muñiz, 1990). Consecuentemente, los estudios del público continúan siendo prioritarios y se mantienen, en lo esencial, los mismos enfoques y técnicas de indagación.

Así, durante la década del 50 las investigaciones descriptivas de audiencias se extienden a la Televisión y la Prensa Escrita (en este caso, estudios de lectoría). El método utilizado era la encuesta coincidental y las "clases sociales", la principal variable sociodemográfica del público considerada en aquellos estudios (Rodríguez, 1990).

Como puede apreciarse, la investigación de la Recepción en este período se encuentra directamente condicionada por los siguientes factores:

- la lógica económica (a partir de la rentabilidad de la publicidad comercial a través de los medios).
- la influencia teórica del funcionalismo norteamericano, dominante entonces en las Ciencias de la Comunicación.

La forma –brevemente reseñada– de introducción de las "modernas" técnicas de investigación de auditorios marcaría definitivamente, a nuestro juicio, las tendencias y enfoques que caracterizarían durante largo tiempo la aproximación a los fenómenos comunicativos en el país: gran interés por el

público o audiencia, énfasis en lo descriptivo y cuantitativo, unido a la preocupación por el rigor técnico y la aplicación de métodos científicos de selección muestral y procesamiento estadístico.

Tras el radical cambio sociopolítico que representó el proyecto revolucionario instaurado en 1959, el campo de la comunicación masiva se vio también sometido a significativas transformaciones.

La nacionalización de los medios de comunicación y las nuevas funciones que ellos adquirirían como instrumentos de educación, orientación y movilización, relegaría a segundo plano la problemática de su investigación; lo que explica, en lo esencial, el debilitamiento de los estudios de la comunicación durante los años sesenta y primera mitad de los setenta.

Es por ello que, entre otros factores, la trayectoria de los estudios comunicacionales cubanos en comparación con la seguida, en líneas generales, en Latinoamérica, muestra sustanciales diferencias.

Rasgo común a ambos itinerarios es la influencia de las escuelas norteamericanas –funcionalismo, sociología empírica y psicología de los efectos– durante algunas etapas (acuñadas como de la dependencia teórica foránea).

Sin embargo, la sustancial influencia del marxismo y el desarrollo de las teorías críticas que caracterizara el panorama de la investigación latinoamericana durante la década de los 70, considerada por muchos como la más autóctona de la región, contradictoriamente, apenas tuvo repercusión en nuestro país.

Las características y las funciones particulares de los medios de comunicación en Cuba, en especial su carácter educativo-cultural, hicieron que determinadas problemáticas (entre ellas, la del imperialismo cultural) no se abordaran por los investigadores cubanos con el énfasis que distinguió al resto del continente.

Es por ello que, salvo aislados trabajos de especialistas cubanos y unos pocos títulos de autores extranjeros publicados en la época, la perspectiva crítica no llegaría a caracterizar la reflexión cubana en materia de comunicación, aun cuando dio lugar a interesantes y sistemáticos análisis, algunos de los cuales tuvieron continuidad y se mantienen hasta nuestros días.

De esta forma, la comparación de la investigación comunicacional cubana con la del resto del continente muestra un desfase, caracterizado por la extensión de la influencia de las corrientes norteamericanas durante las décadas del setenta y del ochenta en nuestro país y consecuentemente por el escaso grado de elaboración teórica y reflexión propia en torno a los procesos comunicativos.

La débil influencia de las teorías críticas (centradas por lo general en los estudios del emisor) contribuiría a mantener el énfasis en los estudios de Recepción y Efectos.

Un factor de significativa influencia en el empirismo que durante estos años caracterizó a la investigación en comunicación fue la escasa publicación y difusión de literatura científica especializada, así como la búsqueda de nuestros principales referentes en la producción marxista de los países de Europa del Este, cuya reflexión en el terreno de la comunicación fue en general poco relevante. En adición a lo anterior, cabe señalar el olvido de Latinoamérica –de cuya rica producción teórica estuvimos durante años aislados– como más cercano y obligado referente en la construcción de paradigmas propios.

Hasta finales de los años ochenta e inicios de los noventa –coincidiendo con el derrumbe del socialismo real– no se produciría en la comunidad científica cubana la toma de conciencia crítica del estado de dependencia foránea y escasa reflexión propia de la investigación comunicológica.

En lo que a los estudios de Recepción respecta, la tendencia más relevante desarrollada en el país (años ochenta-noventa) ha sido la medición cuantitativa y la descripción (magnitud y composición) de las audiencias.

Llama la atención constatar cómo, a pesar del sustancial cambio político ocurrido en el año 1959, los modelos y corrientes norteamericanos prevalecieron con tal fuerza, así como la influencia del paradigma informacional, base epistemológica de la mayor parte de estas indagaciones.

Asimismo, muchos de los estudios de Recepción realizados en el período se desarrollaron en el marco de enfoques "administrativos", en dispositivos de investigación adscriptos a instituciones de comunicación; mientras que los estudios "académicos" fueron escasos y caracterizados también por su empirismo.

El trabajo más sistemático de investigación de audiencias se ha desarrollado en el Centro de Investigaciones Sociales de la Radio y la Televisión del Instituto Cubano de Radio y Televisión. Otra institución significativa en los estudios del Receptor es el Departamento de Investigaciones del Instituto del Arte e Industria Cinematográficos.

Por su parte, en los marcos académicos, el trabajo más sistemático de indagación de los fenómenos de Recepción y Audiencias se ha llevado a cabo en la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.

### **Principales tendencias**

Sin lugar a dudas, los estudios cubanos de Recepción y Audiencias (1977-1989) se inscriben en dos modelos principales: *el Modelo de Efectos y el de Usos y Gratificaciones*.

Dentro de la primera vertiente, predominan ampliamente, como ya se ha señalado, los trabajos centrados en la medición y descripción del público según categorías sociales (variables sociodemográficas, culturales y, en menor medida, sociopsicológicas). El mayor número de investigaciones se reportan en los medios audiovisuales (TV, Radio y Cine); mientras que en el caso de la comunicación impresa los estudios de "lectoría" ocupan un lugar secundario con relación a los de mensajes, tratamiento de géneros, etcétera.

Como se ha hecho referencia con anterioridad, la comprensión del porqué del énfasis casi absoluto de los investigadores cubanos en este tipo de estudio "integrado", de corte administrativo y descriptivo, y la ausencia de aproximaciones críticas, pasa por el análisis del contexto político y comunicativo en el que tales indagaciones se realizaron, muy en especial del carácter educativo de los medios de comunicación, su orientación intencionalmente dirigida a la promoción de valores espirituales y la reafirmación de la identidad nacional.

Contextualizados en este marco sociopolítico y cultural favorable, los estudios de recepción fueron, sin embargo, desde el punto de vista científico, por lo general, imitativos y poco autóctonos.

Consecuentemente con las principales prioridades de la construcción del proyecto social revolucionario, los niños y los jóvenes se constituyeron en objeto de estudio priorizado como receptores.

Inspirados en estudios y autores clásicos como Himmelweit y Schramm, se abordó el consumo que de las programaciones radial y televisiva realiza el receptor infantil, el peso de la radio y la televisión dentro de las actividades cotidianas del niño, el tiempo dedicado diaria y semanalmente al consumo de los medios, las satisfacciones y las gratificaciones obtenidas por el público infantil y algunos de los principales recursos de eficacia que determinan dichas satisfacciones.

En cuanto al joven receptor, se emprendieron también estudios sistemáticos (en general con los mismos modelos y referentes teóricos). Sin embargo, al ser incluida esta línea de investigación dentro de un abarcador "Programa Científico Técnico" sobre la Juventud –priorizado para las Ciencias Sociales en Cuba durante el quinquenio 1986-1990– se logró una mayor integración entre los diferentes medios, lo que permitió vencer la fragmentación y dispersión de enfoques, y obtener resultados si no más relevantes desde el punto de vista científico, al menos más significativos en lo que a su grado de generalización y repercusión para la práctica social respecta. Como resultado de esta investigación se logró una caracterización y diagnóstico riguroso del vínculo que establece la juventud cubana con los medios de comunicación. Se comparó entre el joven receptor y el público "adulto", lo que permitió constatar el vínculo especialmente activo y diferenciado que establece este auditorio con los medios de comunicación y el importante papel que desempeña la comunicación masiva en esta etapa de la vida.

Asimismo, dicha investigación permitió hacer un diagnóstico crítico del estado de los estudios cubanos sobre la juventud y los medios de comunicación, poniendo de manifiesto las limitaciones teórico-metodológicas en ellos presentes.

Además de los enfoques predominantes (Efectos y Usos y Gratificaciones), se realizaron durante toda esta etapa algunos intentos de investigaciones con mayores pretensiones, con empleo de técnicas cualitativas, más flexibles y mayor interés en la profundización que en la descripción cuantitativa.

Como ejemplo de estos estudios pueden señalarse las investigaciones sobre los Seriales Juveniles (Alonso y Prieto, 1986) que abordaron asuntos como: identificación con los personajes de los teleseriales, motivaciones, "lectura" y usos del mensaje, entre otros.

Por su parte, los estudios del espectador cinematográfico siguieron, en lo esencial, similares tendencias, aunque se caracterizaron por su mayor grado de profundización y diversidad de aspectos indagados.

Se investigaron, así, las preferencias y hábitos relacionados con el consumo de cine, el sistema de motivaciones de los espectadores, las actitudes y los prejuicios hacia algunos tipos de cinematografías, el uso del cine como medio de modificación de actitudes, la recepción de la crítica y la comprensión del lenguaje cinematográficos (ICAIC, 1987).

A pesar del espíritu crítico que ha animado el presente análisis, la trayectoria de los estudios cubanos sobre Recepción y Audiencias puede ser evaluada como un proceso en construcción,

históricamente condicionado y socialmente proyectado que atravesó etapas necesarias en la búsqueda de referentes teórico-metodológicos y de una identidad propia.

En este recorrido, en que diversos condicionantes externos se han convertido en fuerzas motrices internas del desarrollo científico, a través de múltiples mediaciones, se ha acumulado inestimable información acerca de los procesos de recepción y audiencia de medios del receptor cubano.

### **Los años noventa: nuevas orientaciones**

La caída del socialismo real, las profundas transformaciones operadas en las ciencias sociales a nivel internacional, la experiencia acumulada durante más de una década y el contacto con la producción teórica latinoamericana serían elementos decisivos en las nuevas orientaciones de los investigadores cubanos de la comunicación.

El consenso en la necesidad de producir un cambio radical en el modo de aproximación a los fenómenos comunicativos y la búsqueda de referentes en la variada reflexión de nuestra región, de la que habíamos permanecido distantes, caracterizarían el viraje producido a finales de los 80 e inicios de la presente década en los estudiosos de la comunicación (Alonso, Rivera y Sánchez, 1993).

Dentro de estas rupturas, el estudio de los procesos de Recepción y Consumo continuaría ocupando, sin embargo, un relevante lugar, ahora estimulados por el peso de la temática a nivel internacional, cuando el retorno al sujeto y el *Paradigma de la Recepción Activa* se perfilaban desde los años ochenta como importantes tendencias de la investigación comunicacional y nuestro continente realizaba significativos aportes a la comprensión del tema.

Los enfoques actuales de los investigadores cubanos se basan en los diversos desarrollos y fuentes teóricas, que convergen en el denominado Análisis de la Recepción (Jensen, 1993) y Etnografía de Audiencias (Lull, 1992; Morley, 1993; Ang, 1994), con énfasis especial en la elaboración que de estos postulados han realizado los investigadores latinoamericanos.

El cambio paradigmático que constituyen las teorías actuales de la recepción ha sido sin dudas trascendental para los estudios de la comunicación, al punto de considerarse como un "tercer estadio de la biografía del campo, que viene a sustituir lo dicho por los dos anteriores, el funcionalista y el frankfurtiano" (Caletti, 1992:31).

Sin embargo, el andamiaje teórico-metodológico de los estudios de recepción muestra un panorama de gran complejidad, que retoma una amplia cantidad y variedad de fuentes y cuya organicidad interna es un proceso aún en construcción.

No han faltado por ello numerosos enfoques críticos acerca de los riesgos que comporta el paradigma de la Recepción Activa, entre los que se señalan especialmente los de disolver o descuidar la problemática del intercambio desigual (Mattelart, en Kaplún, 1988) y el otorgar una excesiva libertad y poder al consumidor-receptor (Martín-Barbero, 1991). Frente a esta situación, la contribución y originalidad de la reflexión latinoamericana sobre el tema es destacada por diferentes autores, quienes reconocen, por una parte, la autenticidad de estos estudios, al no circunscribir los procesos de recepción al individuo aislado de su sociedad, sino enmarcarlos en la problemática de las culturas populares (Mattelart y Mattelart, 1991); y por otra, el rescate de la

racionalidad política y clasista del asunto, la necesidad de no descuidar la cuestión del poder, el conflicto y la hegemonía (Ang, 1994).

De la reflexión internacional, nuestros estudios asumen, en lo esencial, la perspectiva de la investigación crítica de audiencias. De la Etnografía crítica (Ang, 1993; Morley, 1996) retomamos el interés en arribar a un conocimiento profundo e historizado, en el que la actividad de la audiencia se vincule, ante todo, a estructuras y a procesos político-sociales. La recepción no es un objeto de investigación *aislado ni aislable*, sino integrado a una red de prácticas y relaciones culturales en producción

Este enfoque analiza la variedad de apropiaciones que diversos grupos sociales hacen de los textos, partiendo de un marco interpretativo en el que esas diferencias en las prácticas de ver televisión, por ejemplo, "no son vistas solamente como expresiones de diferentes necesidades, usos o lecturas, sino que se conectan con la forma en que los sujetos históricos se posicionan estructuralmente con relación a los otros (...). Lo que llamamos *hábitos de ver* no es un conjunto más o menos estático de características pobladas por un individuo o grupo de individuos, sino que son los resultados temporarios de un proceso sin fin, dinámico y conflictivo, en el que se *juegan relaciones entre sentido, placer, uso y elección* (Ang, 1993:39).

Similares concepciones exhibe el enfoque de James Lull, para quien los procesos de producción de sentidos que la audiencia elabora a partir de los textos mediáticos no son ni totalmente libres ni completamente uniformes: "sus selecciones, interpretaciones y usos están íntimamente influenciados por sus relaciones domésticas, sus relaciones sociales más amplias y por los contextos culturales en los cuales las relaciones sociales están insertadas y en donde adquieren significado" (Lull, 1992:56).

Un aspecto particularmente importante de la propuesta de este autor es la integración entre los aspectos micro y macrosociales en el estudio de los procesos de Recepción, al considerar que los complejos y amplios dominios de la economía, la política y la cultura están articulados y reproducidos (pero a la vez transformados y trascendidos) en las prácticas rutinarias de la vida cotidiana. Las influencias ideológicas y las relaciones de poder contenidas en las macroestructuras sociales se cruzan siempre con las normas y las relaciones de estatus de los ambientes locales.

La interpretación crítica de Graham Murdock (1990), por su parte, aunque insiste también en establecer las conexiones existentes entre los sistemas de significados, que en su encuentro con los medios elaboran los públicos, y las más amplias formaciones simbólicas y sociales que también les dan forma, se acerca más a la comprensión marxista del papel de los determinantes económicos en los procesos simbólicos.

Para Murdock, lo económico es determinante más bien "en primera que en última instancia", y por ello constituye un punto de partida para el estudio de los procesos de Recepción. Las dinámicas económicas son vitales para la investigación crítica, pero ello no niega la necesidad del estudio detallado de los espacios simbólicos, los cuales poseen determinaciones autónomas. Los estudios de audiencia no pueden prescindir del análisis de cómo las relaciones de los públicos con los medios son estructuradas a su vez por la desigual distribución de recursos materiales y simbólicos.

Especialmente relevante en sus concepciones es la comprensión de la naturaleza dinámica y dialéctica de la estructuración de las audiencias. Para explicarla, Murdock recurre a la categoría de *habitus* de Bourdieu, referida al hecho de que cada clase o subgrupo social produce un *habitus* adaptado a la posición social que en la sociedad ocupa, y que, al ser compartido por todos los miembros, actúa como *la orquestación sin director que le da regularidad, unidad y sistematicidad* a sus prácticas culturales. Los *habitus* son, así, los mediadores entre el consumo cotidiano y las estructuras y procesos económicos y simbólicos.

Por su parte, las teorías sobre la Recepción desarrolladas en Latinoamérica ocupan un significativo lugar dentro de la reflexión internacional sobre el tema, alcanzando un reconocimiento que trasciende los marcos del continente. Aun cuando el conjunto de enfoques latinoamericanos son diversos en sus énfasis teóricos, grado de conceptualización y niveles de aplicación empírica, se distinguen también por su unidad interior.

De la reflexión teórica latinoamericana, los investigadores cubanos destacamos como especialmente significativo (Martín-Barbero, 1990; Medina, 1995):

- Inserción del proceso de Recepción en una historia cultural que contextualiza las prácticas de lectura y consumo.
- Rescate de los actores sociales concretos que participan en el proceso de Recepción en tanto proceso de producción e intercambio de sentidos.
- Compromiso con la realidad social expresado en el interés por incrementar los niveles de participación cultural y política de la gente; lo que pasa por el respeto al otro, a sus formas de vida, el reconocimiento de la diversidad y la heterogeneidad de los sujetos populares.
- Ubicación de la problemática de la hegemonía como reflexión central para entender la comunicación y los procesos de recepción y consumo. La comprensión del poder cultural como agente hegemónico y de los vínculos entre lo hegemónico y lo popular permite dar cuenta de las relaciones de poder que se imbrican al interior de las prácticas mismas de recepción.
- Carácter constructivista y productor de sentidos del proceso de recepción, que no olvida, sin embargo, el condicionamiento histórico-social y cultural, reconociendo los límites de la actividad constructiva y la libertad del sujeto receptor.
- La mediación social como concepto clave en la comprensión de los procesos receptivos y la cultura como principal agente mediador o instancia desde la que se produce la construcción social del sentido.
- Comprensión de la dialéctica entre lo popular y lo masivo: la cultura de masas como deformación de la cultura popular y no de la alta cultura. Lo popular en su carácter de heterogeneidad, hibridación, mestizaje y, por ello, lugar clave desde donde investigar las prácticas comunicativas. Reconocimiento de la diversidad y heterogeneidad de los sujetos populares.

Los géneros en tanto elementos articuladores entre las competencias comunicativas de emisores y receptores, entre las lógicas de la producción y las gramáticas de los usos.



Aun cuando nuestras reflexiones se insertan abiertamente en los anteriores referentes epistemológicos, una preocupación central reclama el interés de los investigadores: la búsqueda de elementos de identidad que permitan dar cuenta de la especificidad de las prácticas de recepción y consumo del receptor cubano.

Si como enfoque de partida de estos estudios, se concibe la actividad de "lectura" como sociohistórica y culturalmente condicionada, las condiciones sociopolíticas y económicas particulares de Cuba deben ejercer una activa influencia en las prácticas de consumo cultural del pueblo. Las reflexiones –muy incipientes– al respecto, nos permiten adelantar los siguientes elementos:

- Las relaciones de propiedad social existentes en el país determinan diferentes mecanismos de funcionamiento de la hegemonía con relación al resto de los países del continente.

La estructura social cubana, tradicionalmente caracterizada por su homogeneización clasista, alta politización y centralización institucional, condiciona la singularidad de los vínculos: poder - medios de comunicación - masas populares, y propicia un mayor consenso entre lo hegemónico y lo popular.

El carácter social de los medios de comunicación contribuye a que los movimientos de conflicto, lucha y resistencia sean relativamente menos intensos que la complicidad, seducción y acuerdo entre emisores y receptores.

- Al mismo tiempo, en las actuales circunstancias, la estructura socioclasista cubana se caracteriza por la *heterogeneización, complejidad y aumento de las distancias inter e intra clasista* y tiene a la propiedad y los ingresos como ejes articuladores básicos del incremento de la desigualdad. Los grandes agregados típicos (clase obrera, intelectualidad, campesinado) se han fragmentado considerablemente como consecuencia de la crisis y la reforma económica cubanas (Espina et al, 1998). Estas modificaciones operadas en el cuadro socioclasista tienen expresión –indirecta y mediatizada– en las lecturas que de los medios realizan los diferentes grupos de receptores.
- Las condiciones socioeconómicas han cambiado sustancialmente en el país en las últimas décadas. El replanteamiento del comercio exterior, la apertura a la inversión de capital extranjero, el desarrollo de nuevos frentes como la biotecnología y el turismo, la despenalización de la tenencia de divisas, la eliminación de gratuidades, la elevación de los precios de los productos, la creación del sistema tributario, la implementación del trabajo por cuenta propia y el mercado agropecuario son, entre otras, transformaciones radicales de la estrategia económica asumida en respuesta a la internacionalización de la economía y la pérdida de los mercados de los países socialistas.

Paralelamente, la nueva coyuntura se caracteriza por la brusca reducción de los niveles de consumo de la población, el carácter dual de la economía, el incremento de las desigualdades, la magnitud alcanzada por el turismo...

Lo anterior determina la preeminencia que otorgamos al análisis de las dimensiones económica y macrosocial en la estructuración de los procesos de Recepción. Sin embargo, tales lógicas operan de manera dinámica y flexible a través de las especificidades de la esfera simbólica que, como sabemos, establece sus *propias e independientes determinaciones* (Murdock, 1990).

- La crisis económica de los últimos años ha provocado también transformaciones sociales de cierta magnitud, tales como la reestructuración de valores e incremento de actitudes individualistas.

Estudios sociopsicológicos realizados últimamente han revelado el hecho de que, juntamente con el deterioro del principio de distribución socialista, del valor social del trabajo y del funcionamiento del modelo económico y las relaciones de propiedad socialistas, han aparecido determinados problemas y tendencias, a saber: repliegue individualista hacia el ámbito de lo personal y lo familiar y en general hacia lo que de modo más inmediato afecta al individuo; predominio del carácter utilitario de las necesidades, preocupación centrada en asuntos materiales como la vivienda, los ingresos, la organización del tiempo extralaboral y la dificultad para adquirir bienes materiales; disminución de la participación de determinados grupos sociales, así como revitalización de valores pequeño burgueses en torno a la familia y al papel del individuo en la sociedad, entre otros (Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociopsicológicas, 1991; Centro de Estudios sobre la Juventud, 1994).

Los rasgos propios del macrocontexto sociocultural y político actual condiciona fuertemente la construcción de sentidos sociales como resultado de la actividad constructiva del receptor.

- A diferencia de la tendencia universal creciente a la diversificación de los productos mediáticos y la fragmentación del consumo, a partir de la crisis económica de los años noventa en Cuba se ha reducido la circulación de mensajes comunicativos. Lejos de la tendencia a la descentralización, se mantiene una fuerte concentración de los medios de servicio público.

En tal sentido, en una de las investigaciones realizadas por el Grupo de Estudios de Recepción y Consumo Cultural de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana se señala:

"La infraestructura de los medios en Cuba presenta un panorama muy diferente a la sobresaturada atmósfera comunicativa del resto del mundo. La condición postmoderna no nos llega precisamente por la excesiva codificación del espacio sígnico. El atraso tecnológico y la carencia de recursos dejan muchos espacios vacíos que necesariamente serán ocupados por elementos exteriores al sistema. A los públicos cubanos, por lo menos a la gran mayoría, no ha llegado el *zapping* ni la televisión por cable, ni siquiera el video doméstico. Los cambios que las nuevas tecnologías han traído a las audiencias de los países capitalistas no han llegado de esa manera a los cubanos. No obstante, algunos sectores específicos de la población sí pueden tener acceso a estas tecnologías, lo que siempre estará acompañado del consumo de productos ajenos al sistema nacional, de fuentes alternativas de información. (...) Aunque sea minoritario, el acceso de los cubanos a estas nuevas tecnologías y a estas fuentes alternativas es cada vez más creciente e influyente, por lo que un indicador importante de medición (...) sería el acceso de los distintos grupos y los niveles de consumo de periódicos, revistas, emisoras radiales, filmes, literatura,

juegos electrónicos, servicios de Internet y otras producciones foráneas. El sistema cerrado de comunicación nacional con el desarrollo del turismo y la apertura económica está presentando también fisuras, cuya significación en los hábitos de consumo de nuestra población está totalmente inexplorada y que puede significar cambios lo mismo en el plano de las formas de interactuar con los medios que en los contenidos" (Gessa, 1996:73).

- La ausencia de publicidad comercial en la comunicación pudiera incidir en una diferente actitud del receptor, así como en su actividad perceptiva. No ha sido aún estudiado la manera en que esta ausencia se expresa en los procesos cognitivos tales como atención, percepción, memoria, especialmente en el grado de concentración de dichos fenómenos.
- Elevado nivel educacional del pueblo, lo que debe expresarse en la conformación de patrones peculiares de interacción comunicativa del receptor con los medios.

A partir de las propuestas teórico-metodológicas asumidas, nuestros estudios actuales buscan operacionalizar las categorías analíticas empleadas en investigaciones realizadas en contextos culturales, económicos y políticos muy diferentes al de nuestro país, donde son escasas las indagaciones que permitan dar cuenta de la especificidad de las prácticas de recepción y consumo del receptor cubano.

En particular, los estudios realizados en Cuba sobre la Recepción de Telenovelas han retomado el concepto clave de *Mediación* desarrollado por el investigador mexicano Guillermo Orozco, quien la concibe como un "proceso estructurante que configura y reconfigura, tanto la interacción de los auditorios con los medios, como la creación por el auditorio del sentido de esa interacción" (Orozco, 1991:60).

Al estudiar el modo en que las audiencias negocian con los textos (telenovelas), nuestros estudios revelan la riqueza y carácter activo de este proceso, permitiendo un acercamiento a los rasgos que distinguen la producción social de significados y las estrategias interpretativas que caracterizan a los diversos grupos sociales.

Un estudio cualitativo de la recepción de la telenovela brasileña "Vale todo" por jóvenes estudiantes cubanos indagó las características del proceso real en que el discurso del mensaje es asimilado a las prácticas culturales concretas del receptor, a partir del contexto sociocultural específico de dichos grupos juveniles.

Esta investigación demostró la complejidad, riqueza y diversidad de dicha apropiación, caracterizada por la resignificación del mensaje que se produce mediante la actividad interpretativa de la audiencia y por la producción de nuevos sentidos sociales y personales, que rebasan ampliamente las lecturas anticipadas o posibles.

A pesar de la sustancial diferencia existente entre la "realidad" brasileña representada en la telenovela y la vida cotidiana de los jóvenes, el "reconocimiento de semejanzas" predominó sobre el descubrimiento de disimilitudes (Fuenzalida, 1989), tanto a nivel del contexto *micro* (familia, escuela) como *macrosocial* (la sociedad en general) de los sujetos estudiados.

El estudio demostró el papel que los elementos macrosociales (contexto socioeconómico caracterizado por una fuerte crisis) tienen en la negociación de significados que se produce entre la TV y la audiencia.

Ello permitió explicar la lectura eminentemente ética que efectuaron los jóvenes de la telenovela, el impacto que en ellos tuvieron los asuntos relacionados con el éxito profesional y el ascenso social, que se convirtieron en aspectos relevantes de la tematización resultante de su actividad de resemantización interpretativa.

Al estudiar el proceso de apropiación por parte de los televidentes, junto a mediaciones individuales como el sexo, el lugar de residencia y aspectos psicológicos o autobiográficos de cada sujeto, se reveló el papel que la *posición socioeconómica* del joven tiene como mediadora en la lectura que de la telenovela se realizaba.

Ello nos alertó sobre la necesidad de no descuidar la problemática de la clase social, al comprender que, como han señalado otros autores, la Recepción es un proceso profundamente politizado (Ang, 1994).

En adelante se nos hizo ineludible volver a la posición materialista en la interpretación de la relación sujeto-objeto.

Es así como partimos de la comprensión del sujeto, entendido como el "hombre que realmente actúa" y "su proceso de vida real".

Asimismo, no se trata de un "hombre individual, genérico, abstractamente concebido" sino de "los individuos reales, actuantes, inmersos en una relación de transformación práctica con la realidad que los rodea" (Acanda y Sosa, 1991: 97-98).

Como vemos, el sujeto se encuentra objetivamente condicionado, no solo por elementos materiales sino por otros determinantes objetivos, tales como la pertenencia a clases, su entorno cultural, las tradiciones, etcétera; todo lo cual regula "sus formas de interacción activa con la realidad que lo rodea" (Acanda y Sosa, 1991: 101-102).

Para los estudios de Recepción de medios estos postulados son esenciales, aun cuando es preciso llevar estas proposiciones a niveles mucho más concretos y específicos del campo de la apropiación de la cultura.

Nuestros estudios demuestran que la posición que ocupa el individuo en la estructura socioclasista tiene un efecto estructurador sobre sus estrategias y códigos receptivos, pero este efecto no es directo ni mecánico, pues como señala Morley (1996: 93) es necesario "abandonar el supuesto según el cual toda lectura específica ya está determinada por la estructura primaria de las posiciones del sujeto, e insistir en que esas interpelaciones no están dadas ni son absolutas, sino que son más bien condicionales y transitorias...".

De esta forma, el punto de partida de nuestros estudios es la concepción del individuo social, inmerso en un contexto social determinado, pero no objeto de un determinismo mecanicista.

Pensamos, con Martín-Barbero, que "el plural de las lógicas del uso no se agota en la diferencia social de las clases, pero esa diferencia articula las otras" (1993:53).

Los resultados de nuestros trabajos sobre recepción de telenovelas demuestran la complejidad de mediaciones que intervienen en este proceso, tales como la edad, el género y las competencias comunicativas, por solo hacer referencia al lado del sujeto; pues del otro polo se activan también una multiplicidad de condicionamientos textuales.

En la actualidad llevamos a cabo un conjunto de investigaciones de los procesos de recepción y consumo que desde diferentes perspectivas teórico-metodológicas permitan la profundización en la compleja interacción medios-audiencias, a la luz de los desarrollos actuales en el terreno internacional y dirigidos a la búsqueda de una conceptualización e instrumentación propias, a tenor de las realidades de nuestro entorno social, político, económico y cultural.

La aplicación creativa de la reflexión teórica internacional y latinoamericana a una sociedad en transformación, la búsqueda en los nuevos referentes y desarrollos actuales –evitando superficialidades, apologías y reduccionismos en la comprensión de un "proceso cultural profundamente politizado" (Ang, 1994:55)– la dialéctica entre el enfoque crítico y la investigación empírica son algunos de los retos que en el estudio de la Recepción se impone a la investigación comunicacional cubana ante la complejidad creciente de los procesos culturales y massmediáticos en la sociedad contemporánea.

### **Conclusiones**

- La trayectoria de los estudios cubanos sobre Recepción y Consumo en la Comunicación de Masas ha atravesado diversas etapas en su evolución, en cada una de las cuales se expresan condicionamientos histórico-sociales, además de factores propios de la lógica científica interna que explican las contradicciones y a la vez las fuerzas motrices de su desarrollo y progreso.
- Entre los condicionamientos más importantes que sobre la investigación de la Recepción han incidido pueden señalarse las demandas del momento histórico en que se han producido los diferentes estudios, así como las perspectivas epistemológicas que los han orientado.
- La investigación y la reflexión teórica sobre los procesos de Recepción y Audiencias recibió una fuerte influencia de modelos foráneos, especialmente del funcionalismo y empirismo norteamericanos, durante las décadas de los años setenta y ochenta.
- Condicionada por un conjunto de factores sociales de orden externo, así como por la propia madurez de la comunidad científica y por el proceso acumulativo del conocimiento, la perspectiva de análisis que distingue el momento actual de estos estudios se orienta a lo siguiente:
  - la búsqueda de los principales referentes en la reflexión teórica latinoamericana.
  - el rescate que de los postulados marxistas han realizado algunas corrientes comunicacionales. Ello permite ubicar la problemática de la Recepción en el contexto histórico real en que desarrollan los actores sociales concretos.
  - el interés por la creación de una reflexión autóctona, que dé cuenta de la especificidad y complejidad de estos procesos en la realidad cubana.
  - privilegiar el estudio de la Recepción es preciso hoy no sólo desde el punto de vista científico sino ante todo para una sociedad preocupada por el

perfeccionamiento de sus modos de representación simbólica y de sus prácticas culturales y comunicativas en el contexto de la globalización hegemónica.

## Notas

Este trabajo fue publicado originalmente en *Question* N° 1, en septiembre de 2000.

(1) Entre ellos, los siguientes, de autores cubanos:

Acosta, Leonardo, Medios Masivos e ideología imperialista, en *Casa de las Américas*, Año XIII, No. 77, marzo-abril, 1973, pp. 5-26.

Navarro, Desiderio, La cultura de masas: Semiótica, sociología y praxis social, en *Casa de las Américas*, Año XIV, No. 81, noviembre-diciembre, 1973, pp. 56-69.

González, Julio César, Apuntes para una crítica sobre los "medios de comunicación masiva", en *Propaganda*, No. 18, Año 6. 1978, pp. 30-34.

Y de autores extranjeros:

Dorfman, Ariel y Armand Mattelart, *Para leer al Pato Donald*, La Habana, Editorial de Ciencias Sociales, 1974.

Mattelart, Armand, La industria cultural no es una industria ligera, en *Casa de las Américas*, Año XIII, No. 77, marzo-abril, 1973, pp. 27-61.

Mattelart, Michelle, Apuntes sobre lo moderno: una manera de leer la revista femenina, en *Casa de las Américas*, Año XIII, No. 77, marzo-abril, 1973, pp. 112-125.

(2) La reflexión más sistemática de corte crítico acerca de los efectos del imperialismo cultural y el impacto de las nuevas tecnologías es la desarrollada por el investigador cubano Enrique González Manet, algunos de cuyos títulos pueden considerarse representativos de la Teoría de la Dependencia, corriente dominante en la investigación latinoamericana durante los años 70.

Entre las obras más representativas de este autor se encuentran:

*Realidad y perspectivas del nuevo orden internacional de la información*. La Habana, UPEC, 1980.

*Cultura y Comunicación*. La Habana, Editorial Letras Cubanas, 1984.

*La guerra oculta de la información*. La Habana, Editorial de Ciencias Sociales, 1987.

*Perspectivas, políticas y peligros de la computación: tendencias de la estrategia global de EE.UU.* La Habana, Editorial Pablo de la Torriente, 1987.

*Impacto social de las tecnologías audiovisuales*. La Habana, Editorial Pablo de la Torriente, 1989.

*Recolonización y nuevas tecnologías*. La Habana, Editorial Pablo de la Torriente, 1990.

(3) Ejemplos de este tipo de estudios son, entre otros:

Alonso, Margarita: *Los niños, la Radio y la Televisión: Resultados de un estudio opinático*. La Habana, Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT), 1984.

Alonso, Margarita: *La televisión y su uso: Resultados de un estudio representativo con niños de edad escolar menor*. La Habana, ICRT, 1986.

Castro Mercedes: *¿Cómo emplean la televisión los niños de edad preescolar?* La Habana, ICRT, 1986.

Alonso, Margarita: *La radio y su utilización por los niños de edad escolar temprana*. La Habana, ICRT, 1986.

(4) Cfr.: Alonso, Margarita; Pablo Ramos y Rafael Rivera: *Sistematización y análisis crítico de las investigaciones sobre la juventud y los medios de difusión masiva*. La Habana, Programa Científico Técnico sobre la Juventud, 1987.

(5) Estudio cualitativo realizado en 1993 con dos grupos de estudiantes de Preuniversitario (30 sujetos cada uno).

(6) Cfr.: Marx, Carlos y Federico Engels: *La Ideología Alemana*. La Habana, Edición Revolucionaria, 1966.

## Bibliografía

ACANDA, Jorge Luis y María Isabel Sosa, *Orientaciones teórico/metodológicas sobre Filosofía Marxista para las Ciencias Sociales*, La Habana, Facultad de Filosofía e Historia, UH, 1991.

ACOSTA, Jenny y Julio Jarpa, *Recepción crítica del mensaje televisivo: Una aproximación a su estudio*, Trabajo de Diploma, La Habana, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, 1993.

ALONSO, Margarita; Pablo Ramos y Rafael Rivera, *Sistematización y análisis crítico de las investigaciones sobre la juventud y los medios de difusión masiva en Cuba*, La Habana, Programa Científico Técnico sobre la Juventud, Academia de Ciencias de Cuba, 1987.

ALONSO, Margarita e Iliana Prieto, *La eficacia de los seriales televisivos para jóvenes. Análisis de una experiencia* La Habana, Instituto Cubano de Radio y Televisión, 1986.

ALONSO, Margarita; Emilio Sánchez y Rafael Rivera, La investigación sobre la comunicación en Cuba: En busca de una identidad propia, en: *Comunicacao & Política na America Latina*, Año XII, No. 20, 1993, CBELA (Centro Brasileño de Estudios Latinoamericanos).

ANG, Ien, "Buscado: audiencias. Sobre las políticas de los estudios empíricos de audiencia", en *Cuadernos de Comunicación y Cultura* No. 24, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, 1993.

ANG, Ien, Cultura y Comunicación: Por una crítica etnográfica del consumo de medios en el sistema mediático transnacional, en *Causas y Azares*, Buenos Aires, Año I, No. 1, 1994.

CALETI, Sergio, La recepción ya no alcanza, en Luna, Carlos et ál. (Ed.), Generación de conocimientos y formación de comunicadores, VII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, Comunicación, Identidad e Integración Latinoamericana IV, México, Opción, 1992.

DE FLEUR, M. L. y S. Ball-Rokeach, *Teorías de la comunicación de masas*, 4ta edición. 1era. Reimpresión, Barcelona, Editorial Paidós, 1986.

ESPINA, Mayra et ál., *Componentes y tendencias de la estructura social cubana actual*, La Habana, Fondos del CIPS, 1998.

FUENZALIDA, Valerio y María E. Hermosilla, *El televidente activo. Manual para la recepción de televisión*, Santiago de Chile, CPU, 1991.

FUENZALIDA, Valerio, La apropiación educativa de la telenovela, en: *Diálogos de la Comunicación* No. 44, FELAFACS, Lima, marzo de 1996, pp. 91-104.

Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC), Departamento de Investigaciones. Centro de Información Cinematográfica, Síntesis del trabajo de investigaciones sobre los jóvenes. 1976-1986. La Habana, 1987.

JENSEN, Klaus Bruhn, El análisis de la recepción: la comunicación de masas como producción social de significado, en Jensen, K. B. y N. W. Jankowski (eds.): *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*, 2<sup>da</sup> edición, trad. Joan Soler, Barcelona, Ed. Bosch, 1993.

KAPLÚN, Mario, Los Mattelart hoy: entre la continuidad y la ruptura (entrevista), en *Diálogos de la Comunicación* No. 21, FELAFACS, Lima, 1988.

LULL, James, La estructuración de las audiencias masivas, en *Diálogos de la Comunicación* No. 32, FELAFACS, Lima, marzo de 1992, pp. 50-57.

- MARTÍN-BARBERO, Jesús, La telenovela en Colombia: Televisión, Melodrama y vida cotidiana, en Mazziotti, Nora (comp.): *El espectáculo de la pasión. Las telenovelas latinoamericanas*, Buenos Aires, Ediciones Colihue, 1993, pp. 43-62.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús, Recepción: uso de medios y consumo cultural, en *Diálogos de la Comunicación* No. 30, FELAFACS, Lima, 1991, pp. 4-5.
- MARX, Carlos y Federico Engels, *La Ideología Alemana*, La Habana, Edición Revolucionaria, 1966.
- MATTELART, Armand y Michelle Mattelart, La Recepción: el retorno al sujeto, en *Diálogos de la Comunicación* No. 30, FELAFACS, Lima, 1991, pp. 10-17.
- MEDINA, Ileana, *Desde el otro lado: Una aproximación teórica a los estudios latinoamericanos sobre Recepción y Consumo en la Comunicación de Masas*, La Habana, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, 1995.
- MORLEY, David y Roger Silverstone, Comunicación y contexto: La perspectiva etnográfica, en Orozco, Guillermo: La audiencia frente a la pantalla: Una exploración del proceso de recepción televisiva. En: *Diálogos de la Comunicación* No. 30, FELAFACS, Lima, 1991, pp. 54-63.
- MORLEY, David, *Televisión, audiencias y estudios culturales*, 2<sup>da</sup> edición, trad. Alcira Bixio, Buenos Aires, Amorrortu Editores, 1996.
- MUÑIZ, Mirta, *Publicidad: Mito y realidad en el socialismo*, La Habana, Editorial Pablo de la Torriente, 1990.
- MURDOCK, Graham, *La investigación crítica y las audiencias activas. Estudios sobre las culturas contemporáneas*, Universidad de Colima, México, Vol. IV, No. 10, 1990. pp. 187-230.
- OROZCO, Guillermo, Hacia una dialéctica de la recepción televisiva: La estructuración de estrategias por los televidentes, en *Comunicacao & Política na America Latina* No. 22-23-24-25, CBELA, Sao Paulo, 1993, pp. 57-71.
- RODRÍGUEZ, Aníbal, *Transitando por la Psicología*, La Habana, Editorial de Ciencias Sociales, 1991.
- VALDÉS, Rosa Tania, *Comunidades de apropiación y recepción de telenovelas: una aproximación etnográfica*, Trabajo de Diploma, La Habana, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, 1995.