

## Resumen

Si bien es en la década del ochenta cuando se consolidan las reflexiones sobre la recepción, en los setenta es posible encontrar algunos antecedentes que más tarde fueron dejados de lado. Para sistematizarlos trabajaremos con tres publicaciones de la época: *Lenguajes, Comunicación y Cultura y Crisis*.

Palabras clave: recepción – campo de la Comunicación

Este trabajo busca dar cuenta de los antecedentes en la reflexión sobre la recepción en la década del setenta, período de emergencia del campo de la comunicación y la cultura en nuestro país (1). Centramos nuestro interés en este momento de *institución* porque –si bien la problemática de la recepción se consolida durante los ochenta tras las rupturas y desplazamientos epistemológicos y políticos en el campo de las ciencias sociales-, ya en estos años es posible encontrar algunos trabajos que adelantan ciertos elementos (como interrogantes, sospechas o intuiciones), que más tarde se trabajarán pero desde una perspectiva distinta.

Como señala Víctor Lenarduzzi (1998:48 y 53), estas intuiciones no suponen una evolución lineal y acumulativa del conocimiento, sino que aparecen más bien como “momentos de transición” o de “redefinición parcial” que abren un camino hacia las elaboraciones posteriores, aunque –como veremos más adelante- algunos de estos enfoques fueron dejados de lado. Lo que aquí nos proponemos, entonces, es recuperar esos momentos, de manera de matizar ciertos balances de la investigación en comunicación y cultura de aquellos años que, realizados desde el paradigma de los ochenta, suelen clausurar la etapa anterior en términos de estrategias de dominación y manipulación de conciencias, recepción pasiva y alienada y sobreestimación de las “astucias del poder” (2).

Los sesenta y setenta estuvieron marcados por un creciente rechazo hacia el modelo de la sociología norteamericana, ampliamente difundido en el continente. Los ecos de la teoría crítica frankfurtiana, la proliferación de obras y análisis anclados en la teoría de la dependencia, la “llegada” del estructuralismo y la primera semiología aportaron nuevas perspectivas que permitieron contestar al funcionalismo hegemónico. Frente al estudio de los efectos para el control de las actitudes, este marco teórico llevó a centrar la atención del investigador en la denuncia de la propiedad de los medios (la identificación social del emisor, la economía política de la comunicación), y proporcionó las herramientas iniciales para abordar la crítica ideológica de los mensajes; es decir, el análisis del proceso por el cual las prácticas ideológicas dominantes se hacen aparecer como naturales y no como histórica y culturalmente situadas (y por lo tanto arbitrarias).

Sin duda, la preocupación fundamental por la instancia de emisión obedece en buena medida al contexto en el cual la investigación se insertaba: el campo emergía en el marco de las sucesivas dictaduras de Onganía, Levingston y Lanusse, estaba atravesado por una fuerte movilización social y no era ajeno al auge de las luchas obreras y el surgimiento y desarrollo de las organizaciones revolucionarias. Noción como imperialismo cultural e invasión cultural; conceptos como dominación, ideología, alienación y manipulación configuraban el campo semántico de las producciones de la época, en tanto explicaban el funcionamiento de las transnacionales de la comunicación como instrumentos de sometimiento y naturalización de las ideas y valores, en fin, de la concepción de la vida del imperialismo norteamericano.

Sin embargo, pese a que las temáticas eran compartidas las posturas asumidas y los caminos transitados por los intelectuales no fueron homogéneos (Ikeda, Padrón y Pirrone, 2003:55). La emergencia de las reflexiones sobre comunicación y cultura –que hasta 1973 encontraba a sus principales actores en grupos de estudios marginados de la institución académica-, implicaba comenzar a definir las posiciones y las fronteras dentro del espacio más amplio del campo intelectual: los objetos legítimos, el para qué de la investigación, el problema del método, el rol del intelectual, la profunda imbricación de la práctica científica con la práctica política. Justamente, esta relación entre práctica científica y práctica política (y por lo tanto, la tensión entre ciencia e ideología) fue uno de los ejes alrededor de los cuales se establecieron algunas de las principales discusiones del período. Planteada en términos de

políticas culturales (es decir, el *qué hacer* intelectual), su presentación nos lleva directamente a uno de los textos donde aparece de manera temprana una mirada hacia la recepción: nos referimos a “La investigación sobre comunicación masiva”, un artículo de Héctor Schmucler publicado en la revista *Comunicación y Cultura* número 4 que retomaba en clave polémica las críticas vertidas por la revista *Lenguajes* a los libros *Para leer al Pato Donald*, de Ariel Dorfman y Armand Mattelart, y *Cine, cultura y descolonización*, de Fernando Solanas y Octavio Getino. Pero antes de dedicarnos de lleno a este punto es conveniente trazar unas pocas líneas más alrededor de los espacios de investigación donde estas primeras intuiciones tuvieron lugar.

## Comunicación y Cultura

Una parte de las diferentes corrientes que en aquellos años polemizaban o se “disputaban” la definición del saber legítimo (objetos y abordajes teórico metodológicos) se agrupó centralmente en tres publicaciones: a las ya citadas *Lenguajes* y *Comunicación y Cultura* debe agregarse la revista *Crisis*. La primera, publicada por la Asociación Argentina de Semiótica, planteaba como campo específico de trabajo el de la producción social de significación (Verón, Indart, Steimberg, Traversa). La segunda, co-dirigida por Armand Mattelart, Héctor Schmucler y Hugo Assmann, estaba destinada al análisis de “la comunicación masiva en el proceso político latinoamericano”. La tercera, de línea nacional y popular, se dirigía a un público más amplio y contaba entre sus escritores a Jorge Rivera, Aníbal Ford, Eduardo Romano y Heriberto Muraro (3).

Según Alejandro Grimson y Mirta Varela, estos espacios de reflexión en torno al fenómeno de la comunicación masiva nos permiten observar, a la par de las diferentes líneas investigativas, los “distintos modos de conceptualizar las prácticas de los sujetos frente a los medios” (1999:49): si bien la instancia de recepción no constituía un eje de análisis privilegiado, no es menos cierto que ésta aparecía —a excepción de *Lenguajes*— asociada a un lugar dentro de la estructura social. La imagen del receptor se construía como sujeto colectivo, como la clase obrera o popular (según la tradición político ideológica desde la cual se partiera) que protagonizaba el avance de masas y sobre la cual debían proyectarse políticas culturales (que atendieran al diseño de alternativas; que fijaran los modos y los tiempos del hacer científico en relación con la demanda política práctica; que apuntaran a la concientización para desalienar a los sujetos y profundizar la participación).

En este sentido, *Comunicación y Cultura* hacía referencia al tema en su editorial del número 1, publicado en julio de 1973. Después de señalar la “comunicación masiva” como punto de partida, los editores afirmaban la necesidad de superar los límites que le confirieron “la ciencia empirista y el aparato ideológico masivo del capitalismo” para problematizarla a la luz de las alternativas elaboradas por las clases dominadas: “Al manifestar la íntima articulación de la lucha ideológica con las otras instancias del proceso de liberación, una redefinición [de la comunicación masiva] debe tomar en cuenta la multitud de respuestas que los sectores dominados ofrecen en su práctica cotidiana orientada a resistir el viejo sistema para construir el orden nuevo” (1973:4).

Estas *respuestas* no refieren al *consumo* (en el sentido que le da Martín-Barbero pos desplazamientos del campo) sino a la producción de alternativas políticas, comunicacionales y culturales en tanto éstas se vinculaban al “nivel de conciencia alcanzado por el pueblo organizado en su lucha por la emancipación” (ídem). En el mismo movimiento y a partir de unas condiciones materiales de recepción capaces (o no) de fomentar lecturas críticas o resistentes, surge la pregunta acerca del rol del sujeto: desde esta perspectiva, uno de los textos que aborda más tempranamente la cuestión corresponde a Michéle Mattelart y Mabel Piccini, “La televisión y los sectores populares”, realizado en Chile durante 1973, pero publicado un año después con la revista instalada en Buenos Aires.

En esa investigación, las autoras trabajan con entrevistas cualitativas para indagar la recepción de medios de izquierda y de derecha en tres poblaciones obreras de Santiago, poniendo en cuestión la noción de público-masa indiferenciado propia de la burguesía para anteponerle “públicos” que representan intereses de clase distintos. Atendiendo a la mayor o menor adhesión al gobierno de la Unidad Popular, la práctica concreta de los entrevistados, el género, su grado de participación política y su pertenencia de clase, el estudio muestra una recepción diferencial de los mensajes que no se ajusta necesariamente a la decodificación prevista por la burguesía.

Esta recepción diferencial obedece, según Mattelart y Piccini, a los contextos, los “antecedentes individuales, biografía y psicología peculiares” y a los “antecedentes de clase” de los entrevistados, destacando que

la significación del mensaje no está encerrada en éste, como propiedad intangible, inmodificable fuera de las categorías históricas congeladas en él. La significación se desarrolla en la relación dialéctica que se establece entre el mensaje y el receptor; un receptor definido como productor de sentido, que reivindica, en el mismo momento en que lee y desmitifica la palabra universal de la burguesía a partir de sus intereses de clase, su papel protagónico en la construcción de un proyecto alternativo de cultura (1974:75).

De esta manera la noción de pasividad se fisura y, al destacar la posibilidad de una decodificación crítica ligada a la organización

popular, el trabajo desarrolla una concepción de la recepción complementaria de las investigaciones de denuncia del imperialismo cultural (lo cual descubre un elemento precursor y, al mismo tiempo, distinto de las reflexiones sobre la recepción que se desarrollaron en los ochenta y noventa). En palabras de las autoras:

El rechazo, el brote insurreccional que se expresa en los sectores populares, de acuerdo con su grado de combatividad y de movilización en contra del orden de la manipulación cultural, manifestaría cómo la penetración ideológica reconoce barreras en la conciencia de la clase, cuyo desarrollo contribuiría, por lo tanto, a determinar la diversidad de efectos producidos por los mensajes en el seno de los públicos. De la misma manera, esta reflexión nos conduce a mediatizar el carácter “omnipotente” de los medios que someterían a las audiencias, de manera uniforme y homogénea, a la dictadura cultural de los mensajes (1974:75).

Para Mariano Zarowsky (2005:14), lo distintivo de este aporte radica en que la recepción aparece como un proyecto militante: “se trata de conocer la actividad de los sectores populares tanto como *receptores* de los medios como *productores* de sus propias prácticas comunicacionales”. La ampliación de los objetos y métodos de investigación respondía a la demanda concreta de la lucha de clases (Schmucler va a decir, en 1975:14, que “el objeto en estudio es más bien una función: la circulación de ideología en condiciones particulares de decodificación”, y que por lo tanto “se va elaborando de acuerdo con el proyecto político cultural”), aun cuando el marco teórico metodológico centrado en la crítica ideológica y la denuncia de la propiedad de los medios se evidenciaba sumamente débil para abordar los procesos de recepción (4).

En 1975, otro texto publicado en *Comunicación y Cultura* aborda claramente el tema: es el de Héctor Schmucler, “La investigación sobre comunicación masiva”, que citamos más arriba. Tras discutir las críticas a *Para leer al Pato Donald* realizadas por la revista *Lenguajes*, Schmucler expresa su negativa a investigar desde dos perspectivas: la que presenta a los medios como reguladores de la sociedad para el mantenimiento y la legitimación del estado de cosas (la sociología norteamericana), y la que se ocupa de la ideología en los mensajes prescindiendo de “la circunstancia político social en que el mensaje se inscribe” (en referencia a *Lenguajes*).

Este último punto le permite preguntarse cuál es el papel que *realmente* cumplen los medios de comunicación y, seguidamente, presentar un programa de investigación que desplaza, aunque sin descartar, la centralidad del estudio en el mensaje:

“medios generadores de ideología”, “medios alienantes”, “medios manipuladores de conciencia”, son expresiones que merecen un análisis en profundidad, tanto como los conceptos que le sirven de base. La significación de una mensaje podrá indagarse a partir de las condiciones histórico sociales en que circula. *Estas condiciones significan en primer lugar, tener en cuenta la experiencia sociocultural de los receptores*. Es verdad que el mensaje comporta significación pero esta sólo se *realiza*, significa realmente, en el encuentro con el receptor. Primer problema a indagar, pues, es la forma de ese encuentro entre el mensaje y el receptor: desde dónde se lo recepta, desde qué ideología, es decir, desde qué relación con el mundo (1975:12).

Como en el trabajo de Mattelart y Piccini, la capacidad de decodificación crítica también aparece asociada a las condiciones materiales de recepción, que se vuelven claves para estudiar la significación. Pero el autor (en consonancia con el grupo que conformaba la revista) avanza más en la elaboración de una propuesta investigativa desde una perspectiva político cultural con su afirmación programática de comenzar el trabajo buceando en dichas condiciones sociales, políticas e históricas en las que circulan los mensajes. En el marco de un debate con las líneas más ortodoxas de lo que fuera la Unidad Popular (que puede rastrearse claramente en el período chileno, por ejemplo, en su prólogo al libro de Dorfman y Mattelart), Schmucler sostiene que “no se trata de modificar los mensajes solamente para provocar actuaciones determinadas” sino que “es fundamental modificar las condiciones en que esos mensajes van a ser receptados” (1975:12).

Modificar esas condiciones implica, de acuerdo con el proyecto más amplio que define la investigación, atender a la movilización y la participación política y también a aquellas “áreas de la vida cotidiana donde el conjunto de los receptores no poseen experiencias distintas a modelos de existencia que proponen las clases dominantes”: por ejemplo la moda, los valores, la moral, las ideas sobre el amor y la felicidad (1975:13). Es decir que el intelectual se integra a la batalla ideológica dando la pelea sobre la manera de ser y estar en el mundo, asumiendo la cultura como terreno de la lucha de clases y no abandonándola a una estrecha y poco convincente teoría del reflejo.

## Lenguajes

En el caso de *Lenguajes* los intereses eran diferentes. Aunque su campo de operación también estaba centrado en lo que “la ideología burguesa llama ‘la cultura’” –es decir, la *producción social de significación*– y, al menos al principio, manifestaba explícitamente su inquietud por insertar el trabajo intelectual en la lucha política popular (Lenguajes, 1974:8), lo que se destaca en la revista de la Asociación Argentina de Semiótica es su preocupación por la construcción de una teoría de la ideología en los

lenguajes y la consecuente elaboración de “un conjunto explícito de operaciones metodológicas concebidas para la manipulación [...] de los textos” (Verón, 1974a:122).

En efecto, el intento de combinar un proyecto disciplinar (la generación de un campo de la semiología) con una perspectiva político cultural se fue diluyendo con el tiempo, adquiriendo la revista un grado de especialización cada vez mayor. Pero en el primer número los planteos acerca del rigor en la construcción de una teoría y un método propios –que aparecía en clave de polémica con los trabajos de los investigadores reunidos en *Comunicación y Cultura*– planteaba claramente cuál era para *Lenguajes* el rol que debía asumir el intelectual en el proceso de liberación y cómo debía contribuir a dicho proceso: en este sentido y teniendo en cuenta las contradicciones propias de los países dependientes, el intelectual debía elegir entre la atención a las demandas inmediatas de la práctica política y las exigencias contenidas en el proceso de producción de conocimientos (Verón, 1974a:122-124).

La revista tuvo cuatro ediciones y una línea de desarrollo marcadamente teórico. En los primeros tres números (publicados entre 1974 y 1976; el cuarto es de 1980), el foco de análisis aparecía centrado en la instancia de producción, entendida como corpus de textos. Sin embargo, ya en el segundo Verón adelantaba algunas ideas para pensar la instancia de reconocimiento. El artículo, titulado “Para una semiología de las operaciones translingüísticas”, especificaba que “un discurso es siempre un mensaje situado, *producido por alguien y dirigido a alguien*”, y que “el punto que define la pertinencia semiológica no es pues el que corresponde a las materias significantes mismas [...], sino el que refiere a los *discursos sociales* donde una materia significativa (y con frecuencia varias) ha sido ‘trabajada’ por conjuntos de operaciones mediante las cuales el sentido es investido en las materias” (Verón, 1974b:24).

Esta pista es retomada un año después por el mismo autor, en un texto denominado “Fundaciones” (publicado en 1987 en *La semiosis social*) que teoriza sobre las condiciones de producción y las condiciones de reconocimiento. En este punto, la relación entre el *proceso de producción* y las *condiciones de producción* abre conceptualmente el corpus hacia fuera, en tanto se tienen en cuenta las huellas que los elementos extra-textuales han dejado en el discurso (es decir, las huellas que remiten a las operaciones discursivas por las cuales la materia significativa ha sido investida de sentido). Al mismo tiempo, Verón sostiene que “una teoría de la producción social de los discursos no puede reducirse a la constitución de modelos concernientes a las reglas de generación del discurso”, ya que –como todo sistema productivo– ésta debe estar constituida por “una articulación entre *producción, circulación y consumo*” (1987:19).

En otras palabras: en relación con un conjunto textual dado, y para un nivel determinado de pertinencia, siempre existen dos lecturas posibles: la del proceso de producción (de generación) del discurso y la del consumo, de la recepción de ese mismo discurso. [...] el funcionamiento de todo discurso depende no de una, sino de dos tipos de “gramáticas”: de producción y de reconocimiento. Estos tipos de gramáticas jamás son idénticos. [...] El concepto de circulación designa precisamente el proceso a través del cual el sistema de relaciones entre condiciones de producción y condiciones de recepción es, a su vez, producido socialmente (1987:19-20).

En una entrevista publicada en la revista *Causas y Azares* en 1995, Verón resume la importancia que tuvo para la socio semiótica la incorporación del análisis de reconocimiento a partir de la identificación de diferentes etapas. La primera, por efectos del “carácter inmanentista de la semiología francesa”, se centraba en el análisis en producción (aunque “era simplemente análisis de corpus”); la segunda se ubica alrededor de la conceptualización de las condiciones de producción y de reconocimiento, y la tercera, finalmente, se desarrolla ya en los ochenta a partir del acceso a la realización de trabajos de campo, test y entrevistas. Es entre la primera y la segunda etapa que la problemática cambia radicalmente: Verón sostiene que no se trató de agregarle “una mitad” (la recepción) al análisis de corpus sino que se transformó “la naturaleza de las cosas que uno está relacionando”, fundamentalmente “la relación entre el análisis en producción y las condiciones de producción”.

En 1980, en el último número de *Lenguajes*, Verón introducía ciertas respuestas del público de las telenovelas a través de los llamados telefónicos, mostrando el borramiento de las fronteras entre ficción y realidad. El artículo, titulado “Relato televisivo e imaginario social”, había sido escrito en 1977 y traducido más tarde para la revista. En 1983, el mismo autor presentó en París la noción de “contrato de lectura” y a partir de ahí realizó numerosos trabajos en producción y en recepción sobre prensa gráfica para empresas de medios, encuadrando el trabajo de campo en el análisis en producción. Y en 1986 precisó, en un trabajo realizado junto con Silvia Sigal, que el sentido es una relación compleja entre producción y recepción, y que el discurso no produce un solo efecto sino “un campo de efectos posibles”.

## Crisis

El recorrido de *Crisis*, para terminar con las líneas de investigación sobre comunicación masiva que presentan Grimson y Varela (1999:49), fue más cercano al de *Comunicación y Cultura*, aunque partiendo de la reivindicación de un patrimonio y una identidad

cultural propios que respondían a la tradición nacional y popular abierta por pensadores como Raúl Scalabrini Ortiz, Fermín Chávez, Arturo Jauretche y Juan José Hernández Arregui. Según Rivera (1987:48), si bien las producciones de estos autores no abordaron directamente problemas vinculados con la comunicación y las tecnologías de la información, esta línea ofreció una matriz para pensar la cultura popular a partir de la reformulación de la concepción historiográfica, la impugnación del modelo pedagógico colonial, la defensa de la creatividad popular y el análisis de la dependencia, proponiendo al mismo tiempo una nueva epistemología y una nueva metodología para el análisis cultural (5).

En este sentido, en la revista el público era construido como pueblo que resiste a la dominación, como pueblo capaz de crear y producir sentido y a la vez contestar a “la explotación y la deformación cultural impuesta sistemáticamente desde arriba y desde afuera” (Romano, 1973, citado en Saintout, 2002:116). Es decir, lo popular aparecía como lo negado (por la cultura del antipueblo) y como promesa de liberación, y por lo tanto debían valorarse “las formas específicas con que el pueblo refuerza su identidad agredida o neutraliza los mensajes adulterados que el enclave oligárquico-imperialista le suministra, sobre todo a través de los medios masivos de comunicación” (Romano, 1974, citado en Saintout, 2002:117).

Anclados en una perspectiva crítica de denuncia de la invasión cultural y de señalamiento de la propiedad de los medios (entendidos como instrumentos de penetración ideológica de las grandes transnacionales), los intelectuales reunidos en *Crisis* planteaban también la existencia de “cambios operados al interior de la industria cultural” a partir de la diferenciación entre una etapa nacional y otra transnacional (Grimson y Varela, 1999:58-59). Esto los llevaba a atender, al mismo tiempo que se defendían las capacidades creadoras desarrolladas “desde los márgenes”, el papel mediador del artista “verdaderamente popular” que desde el seno mismo de la industria permitiría a las masas acceder a otro tipo de producción cultural (Romano, 1973, citado en Grimson y Varela, 1999:60).

De manera que, en un mismo movimiento, se “recuperaba” una cultura popular anterior a la invasión (el circo criollo, la poesía del tango, lo gauchesco), se descargaban las armas de la crítica sobre el enemigo (el imperialismo y la oligarquía local extranjerizante) y se acompañaba la construcción de un proyecto nacional y popular que tenía en el Estado peronista un vehículo privilegiado de realización. Esto último puede verse, por ejemplo, en los trabajos sobre publicidad y medios masivos de comunicación, por caso en “La estatización de la TV argentina: poner el caballo delante del carro”, un artículo de Heriberto Muraro publicado en el número 16 de la revista y que presenta un debate y una propuesta de acción sobre políticas de comunicación.

Allí, después de denunciar la composición de la red privada de televisión y defender la posible medida como un paso objetivo en pos de la liberación nacional (al momento de la redacción aún no se había concretado), Muraro repasaba una serie de alternativas o niveles diferentes de estatización y diferenciaba el modelo de “la TV mercantilizada de contenido antipopular” (monopólica) de las potencialidades de “una TV al servicio de los verdaderos intereses nacionales, no comercializada e ideológicamente esclarecedora” (Muraro, 1974b:10). Frente a un modelo transnacional y extranjerizante orientado a imponer un consumo individual y pasivo –aunque también, como veremos enseguida, esta zona era “compleja y contradictoria en la medida que las clases populares seleccionan y reelaboran la información de los medios” (ídem:12)-, una TV estatizada imponía el desafío de pensar y llevar a la práctica políticas comunicacionales y culturales destinadas a fomentar la participación popular:

La cultura, el estilo y la ideología a transmitir, si bien pueden planificarse o decidirse racionalmente, difícilmente podrán lograrse por decreto. Crear una TV nacional, masiva, supone no sólo abrir las puertas de los canales y productoras a aquellos que tengan algo valioso (y nacional) que decir sino, sobre todo, aceptar los costos de fracasos de algunos experimentos y, sobre todo, favorecer de manera sistemática la participación popular en la vida del medio. Todo intento de elaborar una cultura desde arriba, por métodos autoritarios, derivará no sólo en una esterilización del medio, sino también en una pérdida de su audiencia (Muraro, 1974b:12).

Es decir: en la medida en que se abrieran canales de participación, los medios masivos en manos del Estado podrían servir como herramientas de acción y movilización al servicio de los intereses populares. De esta forma la noción instrumental del medio le permitía reubicar el problema de las ideologías de las masas en el sistema social y, consecuentemente, cuestionar la omnipotencia mediática: más que un receptor pasivo y alienado cuyos valores y hábitos de vida eran modificados en contra de sus propios intereses por los medios monopólicos, Muraro sostenía que la eficacia de estos medios era tal en la medida que los estratos sociales a quienes estaban destinados los mensajes ya estaban convencidos de antemano. De otro modo, como lo demostraba la experiencia peronista con sus 18 años de proscripción, los mensajes podían ser reelaborados por el público.

Este punto fue desarrollado exhaustivamente en *Neocapitalismo y comunicación de masa*, libro publicado en 1974 y cuyos capítulos ya habían sido difundidos fragmentariamente a través de las páginas de *Crisis* durante 1973. Allí Muraro examinaba el concepto de manipulación, conservándolo para dar cuenta de las maniobras del emisor en la defensa de sus intereses pero relativizándolo a la hora de buscar los principios explicativos “del contenido y la génesis de las ideologías actuales de las masas” (Muraro, 1974a:93) (6). La capacidad de decodificación crítica del receptor aparecía, nuevamente, asociada a una posición dentro

de la estructura social y a su grado de conciencia y movilización, de manera que –en tanto “forma específica de utilización ideológica de los medios”- la eficacia de la manipulación comunicacional debía ser “probada en cada caso y relacionada con el desarrollo histórico, las estructuras de clase y la evolución de los movimientos políticos” (idem:100).

De este modo, Muraro concluía que

lo que necesitamos es una teoría histórica de los medios de comunicación de masa que nos permita explicar de manera sistemática en qué condiciones los hombres son convencidos o persuadidos por ésta y en qué condiciones logran escapar a sus demandas. Esta teoría debería tomar en cuenta la estructura del sistema monopolista y las estructuras políticas y sociales de carácter popular que puedan oponerse a las maniobras de los grupos dirigentes. En última instancia, el problema básico es relacionar la eficacia de los mensajes emitidos y sus contenidos con la conciencia nacional y de clase de la población (idem:101-102).

A modo de cierre

Hasta aquí hemos presentado ciertos antecedentes en las reflexiones sobre la recepción a partir del repaso de tres espacios que nuclearon a los investigadores del campo en los setenta. En tanto miradas precursoras o “momentos transitivos”, su señalamiento nos permite situar, con Lenarduzzi, “aquellas instancias en las que los conceptos son cuestionados porque no permiten ver un problema o las nuevas aproximaciones sacan a la luz lo ignorado” (1998:48): la experiencia sociocultural de los receptores, las contradicciones del concepto de manipulación, las políticas culturales como desalienadoras y los públicos como productores de sentido fueron algunos de los puntos de partida para pensar la práctica de un sujeto colectivo frente a los medios.

Decimos sujeto colectivo y este es un punto que nos interesa volver a destacar: tanto en *Comunicación y Cultura* como en *Crisis* (en lo que respecta a los trabajos que citamos a lo largo de estas páginas) se construye la imagen de un receptor que aparece formando parte de las organizaciones políticas populares, de los sindicatos, de los partidos, del movimiento popular. En este sentido, el receptor aparece situado históricamente, atravesado por los conflictos sociales: el receptor es clase (clase obrera, pueblo) y no una masa de individuos a los cuales se les busca provocar conductas. Es decir que se lo entiende desde una perspectiva “macro”, a la par de la denuncia del imperialismo cultural, y es en función de su participación y conciencia política que desarrolla niveles de actividad, cuestiona los mensajes mediáticos, desarrolla sus capacidades creativas y construye sus propias alternativas comunicacionales y culturales.

Sin duda, los procesos que llevaron al poder a Salvador Allende en Chile y a Héctor Cámpora en la Argentina permitieron, salvando las distancias, pensar la comunicación masiva desde el punto de vista de la participación popular. De ahí que esta forma de entender la recepción se haya esbozado atendiendo a su imbricación con las condiciones históricas, sociales y políticas, y que no se separara del análisis de los modos en que la ideología dominante se reproduce. Visto de otra manera, estos planteos respecto de la actividad de la recepción en los setenta son complementarios e inseparables del estudio de la dominación: no se trata de un “receptor libre en un mercado libre”, sino de un receptor colectivo sobre el cual se proyectan políticas culturales (la recepción como proyecto militante, en términos de Zarowsky, 2005) y que, en función de su nivel de conciencia, es capaz de interpelar el mundo desde sus intereses de clase.

En este sentido, pensamos que no es exagerado plantear que esta vía sin duda fértil para abordar los procesos de recepción fue perdida de vista o dejada de lado a medida que el campo de la comunicación y la cultura en la Argentina se fue institucionalizando; y que el paradigma de los ochenta tendió más a explicar los desplazamientos en términos de rupturas que en relación con las posibles continuidades. Cambiar el lugar desde el que se formulan las preguntas derivó (y esto fue una marca de los noventa) en pensar la recepción como momento separado (soberano, libre y autónomo) del proceso comunicacional en su conjunto. Por eso entendemos que aquí radica uno de los aportes más interesantes de las intuiciones sobre la recepción en los setenta, fundamentalmente las realizadas alrededor de las revistas *Comunicación y Cultura* y *Crisis*: lo que parece esbozarse en sus páginas es una vía analítica capaz de articular dialécticamente emisión, mensaje y recepción superando la tentación de cristalizarlos en instancias separadas (7).

Ciertamente, los instrumentos metodológicos para abordar la recepción desde esta perspectiva eran muy débiles: los marcos teóricos (el estructuralismo, la teoría crítica, la primera semiología) servían para explicar la dominación, la reproducción de la ideología dominante, y no la resistencia. Pero las limitaciones de la crítica ideológica ya habían comenzado a evaluarse en los primeros setenta (por eso la propuesta de Schmucler de no comenzar por el mensaje sino por las condiciones en las que éste circula), y se comprendía que las intenciones manipulatorias de la emisión y su caracterización económica ofrecían “pistas útiles para entender las razones que determinan la emisión de uno u otro mensaje” (Schmucler, 1975:13), pero no podían responder por sí mismas sobre la actividad del sujeto frente a los medios. Sin duda, el golpe de Estado del 24 de marzo de 1976, las persecuciones y los exilios pusieron un freno a los debates que se venían dando, al mismo tiempo que el contacto con otras

realidades reenfocó las preocupaciones de muchos de los investigadores hacia otras problemáticas, fundamentalmente hacia la cultura popular, las mediaciones y la rehabilitación de lo cotidiano.

La revisión de aquella etapa, sostiene el editorial número 1 de la revista *Causas y Azares*,

se tradujo en la revalorización del lugar de la recepción (correlato del nuevo espacio de las cuestiones democráticas, el basismo y el movimientismo social en medio de las transiciones democráticas en América Latina). Si bien los fenómenos de recepción diversa ya habían sido advertidos y desigualmente analizados en el período anterior, la nueva situación [...] fue contemporánea de un proceso de democracia formal y ajuste económico que a pesar de encontrar importantes resistencias políticas y sociales se asentó en la combinación de consensos democrático-liberales, represiones políticas y hegemonías massmediáticas (*Causas y Azares*, 1994).

El recorrido de *Lenguajes*, por su parte, estuvo marcado por la generación de un campo semiológico, y de ahí su creciente especialización. Sin embargo, con la inclusión conceptual de las condiciones de producción y de reconocimiento Verón ya cuestionaba el análisis inmanente del texto, y a la vez avanzaba en "el análisis de las relaciones entre la estrategia enunciativa del medio y el fenómeno de la recepción" (Verón, 1995:17). Es decir: el estudio de la instancia de recepción no aparecía autonomizado sino que se lo encuadraba en un análisis en producción. Esta vía se desarrolla en los ochenta en función de los avances conceptuales de los años anteriores y a partir de los cambios en las condiciones de investigación que facilitaron la realización de trabajos de campo: en este caso, el financiamiento privado.

En esta línea, Verón explica en la entrevista realizada por *Causas y Azares* (1995:16-18) que

personalmente, empecé a trabajar la recepción a partir de los '80 en París sencillamente porque tuve plata para hacer trabajo de campo. Hasta ese momento todo el mundo estaba en su casa analizando un corpus, y eso no costaba un mango. Por eso la recepción no se estudiaba, porque costaba caro [...] En el '83 presenté la noción de "contrato de lectura" en París y a partir de ahí hice trabajos para muchos grupos de prensa. [...] La circunstancia que a mí me permitió trabajar en eso fue el hecho de que empecé a trabajar con empresas. Esto daba la posibilidad de hacer trabajo de campo en las cosas más diversas. Y fue muy interesante. Trabajé por ejemplo en el análisis de las modalidades de percepción de las formas de automóviles. Se generaron modelos semiológicos de descripción de formas para Renault, para Peugeot, y el análisis semiológico de las formas aparece como una fase esencial de la descripción de los nuevos productos.

Casi a modo de cita al pie, este planteo (que señala el lugar del mercado en la producción científica) nos lleva a recordar nuevamente la polémica con *Comunicación y Cultura* y los riesgos que para Verón asumían los intelectuales de una y otra tendencia en los setenta: por un lado, el abandono del problema del método en función de la respuesta inmediata a las necesidades de la práctica política; por el otro, la marginación creciente del investigador (en la tarea de producir conocimiento) del contexto socio político en el cual su práctica se inserta. En este sentido, Grimson y Varela destacan en su recorrido por los desplazamientos teórico conceptuales del campo la *aplicabilidad* de algunas elaboraciones teóricas (tanto de la socio semiótica como del recepcionismo neopopulista) para la realización de estudios de mercado (1999:86-87).

Por último, queremos cerrar este artículo volviendo a nuestro planteo inicial: las teorías que analizaban los problemas de la comunicación y la cultura en las décadas del sesenta y del setenta proyectaban una mirada crítica acerca del funcionamiento de los medios masivos y sus efectos culturales; pero –como sostiene *Causas y Azares* en su primer editorial- el contexto de amplia movilización social oficiaba como importante contrapeso a sus influencias. De modo que, en aquellos años, algunos intelectuales y espacios de reflexión ya habían comenzado a plantear ciertas inquietudes acerca de la instancia de recepción, preocupaciones que surgían de manera complementaria al análisis de la producción y que en principio respondían a modelos de políticas culturales. Algunos de estos antecedentes se consolidaron más tarde (por ejemplo, la inclusión de las condiciones de reconocimiento propuestas por Verón), pero otros –más allá de los itinerarios personales- fueron perdidos de vista. Las razones de este "olvido" hay que buscarlas en el contexto de dictadura militar y posterior "transición" democrática, pero también en la dinámica que fue asumiendo el campo desde mediados de los ochenta en adelante, marcado por la progresiva institucionalización, profesionalización y luego burocratización de los saberes y las prácticas. Lo cual condujo, finalmente, a la reiteración de lugares comunes en relación con la historia del campo. Que es una forma, pensamos, de tirar el niño junto con el agua del baño.

## Notas

(1) El período de emergencia del campo se suele situar en las décadas del sesenta y setenta. Aquí trabajaremos particularmente sobre los setenta en tanto las revistas y los trabajos que presentaremos corresponden a esos años.

(2) "En los años sesentas y hasta mediados de los setentas analizar la cultura equivalía a describir estrategias de dominación. Si se estudiaba el marxismo, o si se trataba de renovarlo con el estructuralismo y luego con la semiología, no era tanto por objetivos científicos como para develar las astucias del poder, la manipulación de las conciencias, única razón de que las masas no se comportaran con la energía revolucionaria que correspondía a sus intereses

históricos". Néstor García Canclini, 1988, pág. 19.

(3) Obviamente las revistas no eran compartimentos estancos y entre ellas, fundamentalmente entre *Comunicación y Cultura* y *Crisis*, había préstamos y contactos. En este caso, en efecto, "algunas diferencias sólo pueden comprenderse en relación con la lectura que se hacía del peronismo y del marxismo, e inclusive las lecturas marxistas del peronismo" (Grimson y Varela, 1999:58).

(4) Sobre la debilidad de los instrumentos utilizados, Michèle Mattelart sostiene en una entrevista realizada por Mario Kaplún en 1988: "Tuvimos que improvisar una metodología con los precarios instrumentos de que disponíamos en ese momento. Aun así, descubrimos algo que sigue siendo relevante hasta hoy: la necesidad de reconocer al receptor como productor de sentido [...] en aquel momento tuve intuiciones que no pude formular y que debí esperar a todo lo largo de la década de los 70 para poder precisarlas [...] Por ejemplo, esa pregunta —que me parece clave— sobre el placer que experimentan las capas populares cuando reciben los géneros de la cultura de masas. En aquel entonces, yo sentía que eso planteaba interrogantes ineludibles a los que nuestro método de lectura ideológica no daba respuestas" (1988:58).

(5) Si bien estos pensadores pertenecen a la misma corriente revisionista popular a la que también deben agregarse figuras como la de Rodolfo Puiggrós y José María Rosa y, entre los más jóvenes, a Rodolfo Ortega Peña, Eduardo Duhalde, Roberto Carri y Eduardo Astesano, entre otros, en realidad hay diferencias notorias. Por ejemplo: mientras en Chávez y Rosa lo popular y lo nacional confluyen borrando las desigualdades de clase, en Scalabrini y Jauretche la idea de "frente nacional" reconoce las desigualdades pero las subordina a las necesidades de la independencia económica. En cambio, en Hernández Arregui, Ortega Peña y Puiggrós el objetivo de la liberación nacional es claramente definido a partir de un análisis marxista como una etapa más en la construcción del socialismo.

(6) En este sentido, Muraro sostenía que "muchas de las explicaciones sociológicas que apelan a la irracionalidad de las masas ocultan hasta dónde esa irracionalidad es el producto del dominio de los monopolios sobre el Estado y la economía. Estos no solamente cuentan con los medios, sino también con el poder de fijar precios y salarios, reprimir la competencia económica y aun, si es necesario, hacer uso de la violencia física" (idem:107).

(7) Sin bien los primeros trabajos de los ochenta mantienen la pregunta sobre las formas en que opera el poder, es llamativo cómo este interrogante se fue diluyendo con los años para dar lugar a las tendencias recepcionistas ancladas en lo "micro" que hegemonizaron el campo en los noventa. Según Grimson y Varela (1999:85), "un nuevo populismo, ahora de mercado, vendrá a justificar en la libertad del consumidor la ausencia de políticas públicas sobre los medios".

## Bibliografía

CAUSAS Y AZARES, "Interrupciones en la comunicación y en la cultura: ni somos luddistas ni tenemos la televisión de adorno", en *Causas y azares* nro. 1, Buenos Aires, primavera 1994.

COMUNICACIÓN Y CULTURA, "Editorial". En *Comunicación y Cultura* nro. 1, Chile, 1973.

GARCÍA CANCLINI, Néstor, "Cultura transnacional y culturas populares. Bases teórico metodológicas para la investigación". En García Canclini y Roncagliolo, *Culturas transnacionales y culturas populares*. IPAL, 1988.

GRIMSON, A. y VARELA, M., "Recepción, culturas populares y política. Desplazamientos del campo de comunicación y cultura en la Argentina". En *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*. Buenos Aires, Eudeba, 1999.

IKEDA, J.; PADRON, H. y PIRRONE, G. "Los estudios de comunicación en Argentina entre 1973 y 1976". En Saintout, F. (ed.), *Abrir la comunicación. Tradición y movimiento en el campo académico*. La Plata, EPC-UNLP, 2003.

KAPLUN, Mario, "Los Mattelart hoy: entre la continuidad y la ruptura. Una visión desmitificadora de los 'nuevos paradigmas'". En *Día-Logos de la comunicación* nro. 21, Lima, FELAFACS, julio 1988.

LENARDUZZI, Víctor, *Revista "Comunicación y Cultura". Itinerarios, ideas y pasiones*. Buenos Aires, Eudeba, 1998.

LENGUAJES, "Presentación: Medios masivos y política cultural: Teorías, estrategias, tácticas". En *Lenguajes* nro. 1, 1974.

MATTELART, Armand, "Intelectuales, comunicación y cultura: entre la gerencia global y la recuperación de la crítica". Entrevista en *Causas y Azares* nro. 4, 1996.

MATTELART, Michèle, y PICCINI, Mabel, "La televisión y los sectores populares". En *Comunicación y Cultura* nro. 2, marzo 1974.

MURARO, Heriberto, "Teoría de la manipulación comunicacional". En *Neoliberalismo y comunicación de masa*, Buenos Aires, Eudeba, 1974a.

MURARO, H., "La estatización de la TV argentina: poner el caballo delante del carro". En *Crisis* nro. 16, agosto 1974b.

MURARO, H., "'Molto piú sincero': publicidad y sociedad de la pobreza". En *Revista Crisis* número 22, febrero 1975.

RIVERA, Jorge, *La investigación en comunicación social en la Argentina*. Buenos Aires, Puntosur, 1987.

SAINTOUT, Florencia, *Los estudios de recepción en América Latina*. La Plata, EPC-UNLP, 1998.

SAINTOUT, F., "La construcción del público desde el pensamiento nacional en la Argentina. La revista *Crisis*, un estudio de caso". En Orozco Gómez, G. (coord.), *Recepción y mediaciones. Casos de investigación en América Latina*, Buenos Aires, Norma, 2002.

SCHMUCLER, Héctor, "La investigación sobre comunicación masiva", en *Comunicación y Cultura* nro. 4, 1975.

VERON, Eliseo, "Acerca de la producción social del conocimiento: El estructuralismo y la semiología en Argentina y Chile". En *Lenguajes* nro. 1. 1974a.

VERON, E., "Para una semiología de las operaciones translingüísticas". En *Lenguajes* nro. 2, 1974b.

VERON, E., "Fundaciones (1975)". En *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*, España, Gedisa,

Colección El mamífero Parlante, 1987.

VERON, E., "Investigación, semiología y comunicación: del estructuralismo al análisis en producción". Entrevista en *Causas y Azares* nro. 3, 1995.

ZAROWSKY, Mariano, "De la crítica ideológica a la crítica del modo de producción cultural. La investigación de Armand y Michelle Mattelart en el período chileno". Ponencia presentada en las IX Jornadas de la Red Nacional de Investigadores en Comunicación. Villa María, 22 al 24 de septiembre de 2005.