

LA ESTRUCTURACION DE LAS AUDIENCIAS MASIVAS

James Lull

Lo mejor que puede hacer la teoría social para ayudarnos a entender las audiencias de los mass media es proveernos de un marco para el análisis que ofrezca una mirada interior a cómo la gente interactúa con los medios y entre ellos y qué significan estas actividades en términos sociales más amplios. En la práctica ésta no es una tarea fácil. En su mayor parte, la teoría del desarrollo en comunicación y la sociología se han limitado, por un lado, a estudiar los ambientes empíricos de la interacción humana -los contextos microsociales- y, por otro lado, al análisis empírico y crítico de las más amplias aunque abstractas esferas de lo político, lo económico, la ideología y la cultura -el contexto macrosocial. Se han desarrollado campos de investigación que atienden a estos dominios, cada uno con sus propias orientaciones teóricas, metodologías, y políticas, al menos implícitas. Las consecuencias de esta división fundamental no han sido siempre beneficiosas. Una de las críticas frecuentes que se hace al trabajo teórico en comunicación y sociología que yo voy a retomar aquí es que los mundos micro y macro sociales de nuestros sujetos humanos han sido insuficientemente integrados a nuestro pensamiento. Desde mi punto de vista hasta que no se haga esa síntesis permaneceremos lejos de desarrollar teorías más comprehensivas respecto de la audiencia. En su extraordinario libro «The constitution of society» (1984) Anthony Giddens aborda el problema micro/macro desde una nueva dirección, muy útil. Giddens prefiere no distinguir explícitamente entre territorios característicos de la microsociología y la macrosociología. En cambio, el ancla el desarrollo de su teoría social en procesos que él denomina de estructuración. El focaliza su trabajo teórico en cómo los agentes humanos cognicentes y auto determinantes articulan, reproducen y transforman las condiciones de los mundos que ellos habitan. La definición que Giddens da de estructuración es exactamente «la construcción de las relaciones sociales a través del tiempo y del espacio» (Giddens, 1984: 376). La teoría de la estructuración integra procesos microsociales con condiciones macrosociales, enfatizando la intencionalidad de los actores sociales en la reproducción de valores y prácticas sociales institucionalizadas.

La comunicación es central en el razonamiento de Giddens. Aunque dice muy poco acerca de los mass media y sus audiencias, él concilia teorías intermedias de comunicación interpersonal, especialmente las concepciones dramáticas de Eving Goffman y la etnometodología de Harold Garfinkel, centrales en su teoría social general. A diferencia del trabajo de la mayoría de los investigadores de la comunicación interpersonal y microsociólogos, Giddens sin embargo no ubica el cerrado estudio de la comunicación cara-a-cara fuera de, contra o irrelevante en relación con la estructura social. Es precisamente su integración lo que constituye el corazón de la estructuración.

Lo que yo espero hacer en este ensayo es especificar y elaborar aspectos centrales del proyecto de Giddens integrándolo en partes de mi propio trabajo teórico y empírico, con el fin de ofrecer una perspectiva general sobre la actividad de la audiencia de los media. Permítanme aclarar un poco las cosas antes de continuar. Primero, yo no pretendo, por supuesto, representar aquí fielmente todo o la mayor parte de lo que se propone en la extremadamente compleja teoría de la estructuración de Giddens. Más bien, voy a usar algunas de sus formulaciones clave que se derivan significativamente de la literatura que ha influenciado también mi trabajo durante los pasados quince años, con el objeto de ayudar a ilustrar algunos de mis pensamientos acerca de cómo deben ser teorizadas las audiencias masivas. Segundo, mi intención ciertamente, no es desarrollar una teoría específica de la audiencia, que pretenda generalizar, en el usual sentido científico social. Realmente estoy convencido que, entre otras consideraciones, la variación cultural en el proceso socio-psicológico es tan influyente que sobrepasa persistentemente la validez de cualquier teoría singular y unificada, que pretenda generalizar explicaciones definitivas sobre audiencias específicas, de un lugar a otro. Esto por supuesto no significa que en las prácticas de observación no haya comunidades transituacionales o transculturales. La consideración del contexto no vuelve inútil la teorización que es más modesta en extensión (si no en sus demandas) que las bien conocidas corrientes de investigación empírica principalmente americanas, de las dimensiones psicológicas y socio-psicológicas de la actividad de la audiencia, trabajo que ha buscado, a veces erráticamente, explicaciones universales. Esto significa que el trabajo teórico sobre las audiencias masivas siempre debe estar representado para lo que es específicamente, que siempre debe aceptar, describir y comparar la especificidad cultural e histórica de los procesos relativos a los media. Yo no veo este requisito como una limitación al desarrollo de la teoría. Por el contrario, los contextos culturales e históricos son los lazos teóricos que conectan los detalles del discurso interpersonal y la interacción social generalmente a temas públicos y realidades más amplios. El contexto es el centro de la teorización, no está adherido a ella. La teorización sobre la audiencia debe, por último, atender cuestiones de política, economía, ideología y cultura.

La teoría de la estructuración de Giddens es suficientemente amplia en sus formulaciones para aplicarse virtualmente al estudio de toda actividad social. Aun cuando Giddens no designa a los actores sociales como miembros de la audiencia masiva en su teoría, él ayuda a abrir avenidas para la construcción de una teoría de la comunicación que son útiles para alumnos en estudios de medios y comunicación masiva. Mi entusiasmo por el trabajo de Giddens se debe especialmente al hecho de que él enfatiza una variedad de consideraciones que yo encuentro básicas para desarrollar aportes productivos sobre la actividad de las audiencias masivas. Estas son: una integración teórica de las realidades micro y macro social a la cual ya me he referido brevemente más arriba y a la que volveré en un momento; la localización en procesos de comunicación, especialmente la conversación como el fundamento de la dinámica social; atención a detalles de las rutinas de comportamiento de la vida cotidiana, en particular cuando ellos pueden ser revelados por medio del análisis etnometodológico; una perspectiva positiva respecto a los actores sociales como agentes activos; predominancia dada al concepto de «regla», ante todo como principio organizador social y cultural en el discurso cotidiano y, segundo, como perspectiva teórica que eclipsa las leyes científicas en la construcción de la teoría; una confianza en la evidencia empírica como fundamento de la construcción teórica; una perspectiva crítica de la investigación empírica, una orientación multimetodológica que con las ilustraciones de la literatura provistas por el propio Giddens promueve la etnografía disciplinada como modelo de estrategia de investigación; y finalmente, un énfasis en la contradicción social y el conflicto. ¿Cómo puede aplicarse entonces la teoría de la estructuración de Giddens al estudio de las audiencias de los mass media? Permítanme volver al punto fundamental que destaqué al principio de este ensayo: la naturaleza y la relación entre los entornos comunicacionales microsociales y macrosociales.

Con frecuencia se asume implícitamente en la teoría social que los miembros individuales de la sociedad están ubicados dentro de las fronteras o constricciones de la estructura social, que la gente está limitada por condiciones que le son impuestas desde fuera de sus esferas de influencia. Esta suposición penetra profundamente la teoría social fluctuando desde el funcionalismo hasta el materialismo marxista y muchas de las más recientes variantes europeas y derivativas, con su énfasis en los roles de la ideología. Huellas de esta concepción de la estructura están presentes aún en formulaciones teóricas menos estrechas, incluyendo, por ejemplo, el desarrollo de Stuart Hall sobre la noción de hegemonía ideológica de Gramsci. Mientras, por ejemplo Hall afirma que la hegemonía nunca es «completa», en última instancia su visión de estructura se aproxima a la de la teoría funcionalista y marxista tradicional en que tanto la sumisión como la resistencia social son consideradas persistentemente en relación a una fuerza económica y cultural dominante que casi parece tener vida propia.

Mientras los individuos, grupos, clases y culturas subyugados han sido argüidos teóricamente y han sido mostrados empíricamente como hábiles para trascender las limitaciones estructurales que les son «impuestas», por lo menos en formas fragmentarias y temporales, estos momentos célebres son formalmente revelados como el triunfo de la voluntad humana o la imaginación sobre las profundas barreras estructurales. Además, la «estructura» es ella misma insuficientemente teorizada en muchos discursos críticos académicos. La misma noción de hegemonía ideológica como ejemplo de esta manera de pensar, sugiere que los agentes de interconexión de influencia cuajan en una estructura de dominación que puede ser aceptada, resistida o negociada por los individuos. Una consecuencia de esta visión teórica es que los orígenes organizacionales de las instituciones estructurales de la sociedad pueden ser

muy fácilmente -al menos en forma implícita- teorizados como fijados en el tiempo y el espacio, dispensando eternamente ideologías uniformes, constrictivas, que producen, o por lo menos contribuyen a la creación de relaciones sociales deseadas.

Yo no quiero debatir la línea esencial de razonamiento que subyace en las posiciones estructuralistas o hegemónicas; yo sólo quiero ayudar a calificar y complicar el asunto. No cabe duda de que hoy hay más de una pizca de verdad en la idea de que las instituciones básicas de producción ideológica de la sociedad -la escuela, gobierno y política, religión, negocios, y los medios masivos- sirven en muchos casos, por lo general, para reforzarse mutuamente y reafirmar los modos complementarios del sustancial poder económico y cultural. Es también cierto que frecuentemente la gente se siente alienada de estas instituciones económicas, políticas y culturales que la rodean y percibe a estas instituciones como «distantes». Esta parece la situación en los países más desarrollados y en los menos desarrollados del mundo. El declinamiento de la participación política en muchas naciones modernas occidentales es un indicador de esta alienación; el rechazo de los aldeanos en las naciones del tercer mundo a cooperar en campañas nacionales de control de la natalidad, para citar una situación particularmente inquietante, es otro. Aún más, la televisión y los otros mass media (que son, después de todo, intervenciones técnicas de una sola vía en la interacción cara-cara) están implicados frecuentemente en el distanciamiento. Como bien sabemos, la tecnología comunicativa, especialmente la televisión vía satélite, está proliferando por todo el mundo y juega un rol político y cultural cada vez más importante. Introducidas en su software hay estructuras simbólicas que siempre representarán significativamente los valores de sus propietarios y sus administradores.

Obviamente, no voy a dejar la discusión de la estructura en lo que he dicho hasta ahora. Por el momento sin embargo, permítanme volver al otro lado del tema, fuera de las instituciones y estructuras y hacia el mundo vital de los miembros de la audiencia televisiva. Aquí, en el terreno de la vida diaria, la televisión se ha convertido en la actividad primaria del tiempo libre para las familias aún en los países menos desarrollados del mundo, y está profundamente enraizada en las rutinas diarias. El dar por sentado de las prácticas de ver televisión sin embargo, ha sido puesto bajo intenso escrutinio últimamente. Trabajos teóricos como el tratado de Ien Ang «Desperately seeking the audience» (1991) han ayudado a exponer la complejidad y contradicciones inherentes en construcciones diferenciadas del vago concepto, audiencia, dentro de las instituciones de mass media. La investigación etnográfica sobre audiencias en estudios comunicacionales y culturales está haciendo claro que la gente ve televisión no sólo de acuerdo a su propia personalidad o temperamento sino en configuraciones particulares y entornos que están sumergidos en un vasto e importante rango de prácticas y situaciones sociales y culturales.

En los niveles de análisis donde la observación tiene lugar -en las situaciones concretas, empíricas identificadas frecuentemente como lo «microsocial»- los actores sociales están siendo teorizados cada vez más en términos muy positivos y proactivos. La gente no sólo ocupa simplemente o responde a las circunstancias de los contextos microsociales: ella los crea. Esta comprobación ha sido resaltada en las tradiciones teóricas como las de la interacción simbólica, la etnometodología, el constructivismo social y comunicativo y el de lenguaje-acción, entre otras. El énfasis en este trabajo teórico y empírico está en las capacidades comunicativas de la gente; cómo a través de la manipulación voluntariosa de símbolos en una determinada esfera del discurso cotidiano hombres y mujeres no sólo llegan a comprender sino a manejar y trascender sus mundos de vida. En la terminología de Giddens ésta es la fuerza de la «agencia» humana en la sociedad. Vemos la misma inclinación teórica en varios destacados esfuerzos de estudios sobre medios y audiencia. Entre las tradiciones de investigación empírica, por ejemplo, la noción de una audiencia activa y selectiva es central tanto para la perspectiva de los «efectos limitados» como para la de «usos y gratificaciones». Dentro de los estudios culturales el alejamiento del análisis textual, por una sustancial inclinación hacia la recepción, interpretación y en las formas de lectura del espectador y las comunidades, indica la misma concepción básica de los miembros de la audiencia como cognoscentes y bien dispuestos constructores del significado y la acción social.

Aquí se encuentra pues el problema teórico esencial. Mientras la actividad microsocial se teoriza rutinariamente como construida por las personas en y a través de la interacción comunicativa que ellas manejan, esos mismos actores son a su vez frecuentemente teorizados como contruidos dentro (o por lo menos contenidos en) las condiciones macrosociales que se tienen como constricciones. La televisión es considerada simultáneamente como un jugador central entre los dominios microsociales habilitadores y los constrictivos dominios macrosociales. ¿Cómo podemos entonces considerar el lugar especial de la televisión como una expresión de los sistemas sociales y qué se puede decir acerca de su relación con las audiencias?

Primero permítanme argumentar en favor de una diferente comprensión de la estructura en relación con las instituciones de los media y las ideologías que transmiten. Me refiero a la estructura como «la articulación de sistemas sociales» que implica tanto las dimensiones ideológicas como las institucionales de la información y el poder. Las estructuras y las variedades de constreñimiento que se supone ellas contienen y promueven, reciben su forma e ímpetu de las instituciones que imparten ideología. Pero estas instituciones son después de todo, instituciones sociales. Son sociales, en primer lugar, en el sentido que ellas están perpetuamente constituidas y energizadas por seres humanos, y segundo, en el sentido que, para operar, las articulaciones institucionales deben ser ejecutadas por personas de la propia sociedad. Pero tal como las vidas de los individuos y los miembros y las agendas de los grupos sociales cambian con el tiempo, la estructura, como producto de las instituciones sociales, es una construcción que, como sus creadores y sus intérpretes, no es estática. Una relación isomórfica se obtiene entre institución y estructura. Así como las instituciones cambian la estructura cambia también, dirigida a la posterior adaptación de las instituciones, y así sucesivamente. Pensada de esta manera, la estructura no puede ser considerada como algo que existe fuera de la experiencia humana. Más allá de esto las instituciones individuales no sólo cambian internamente en forma constante, sino que sus posiciones en relación a las otras están también en fluctuación. Más aún, las instituciones nunca pueden producir ideologías totalmente integradas y uniformes bajo ninguna circunstancia; puede haber un significado no consensual al término «constreñir» y las formas en que los actores sociales responden a la estructura no están predeterminadas.

Ha devenido problemático en estos tiempos modernos, hipermodernos o posmodernos, hablar de una «sociedad» en un sentido unificado y estático. Esto es cierto aún en condiciones en que el explícito y extremo control político y la coerción son evidentes, donde las estructuras son relativamente estables. En muchas partes del mundo en la historia reciente la estabilidad estructural ha demostrado ser artificial y la consecuente sumisión social que habría producido y demandado ser sólo superficiales. Hemos visto dramáticos y diversos ejemplos de la quiebra de estructuras completas en Alemania del Este, Checoslovaquia, Hungría, Polonia, Yugoslavia, Rumania y en la República Popular China. De hecho, el punto central que yo estoy tratando de destacar acerca de la producción y recepción de la estructura se puede ilustrar mirando por un momento lo que pasó en China, aunque el modelo básico se puede ver en la decadencia de todos los gobiernos comunistas que he mencionado. Durante el periodo de la modernización oficial de China, desde 1979 al presente, la más destacada característica de la «sociedad» china, que en un nivel puede ser la más planificada y prescriptiva nación del mundo, es la de una profunda desorganización y contradicción entre sus principales instituciones -el Partido Comunista, el aparato político más amplio, el sistema de jurisprudencia, el programa económico, las industrias culturales (especialmente la televisión, pero también los periódicos y los otros mass media) así como la «cultura» cotidiana -cómo la gente por sí misma interpreta y responde a la inestable matriz de las estructuras puestas en juego por las principales instituciones- esto es, cómo la gente llega a verse a sí misma y a su nación-estado.

De hecho, diversidad y contradicción son los temas dominantes que emergen cuando examinamos detalladamente lo que es presentado en los sistemas de televisión en todo el mundo. Basando sus argumentos en el análisis textual de programas y en entrevistas realizadas a productores y guionistas de televisión en los Estados Unidos, Horace Newcomb y Paul Hirsch (1987) sostienen que la televisión es ciertamente más un foro para la expresión de ideas que un arma ideológica de algún grupo de clase de control o dominio político y económico. Ellos reclaman que el sistema de televisión como un todo produce una «multiplicidad de significados» y enfatiza «la discusión antes que la adoctrinación ...contradicción antes que coherencia» (Newcomb & Hirsch, 1987: 459). Su estudio de algunos de los más populares programas de televisión americanos, pasados y actuales, revela esta diversidad textual. Los programas, por supuesto, son los productos de una escala de valores, creencias y opiniones sostenidas por las personas que hacen la industria. Los

temas de la televisión no son sólo diversos y contradictorios, ellos son también más efímeros que duraderos. Como Dave Morley señalara en «The nationwide audience» (1980), «es sólo a través de un análisis de la especificidad histórica de los temas ideológicos, articulados por programas particulares en periodos específicos, que podemos iniciar la elaboración de un mapa (aunque quizá sólo descriptivamente) del furtivo campo de la hegemonía y la lucha ideológica que es el terreno en y sobre el cual se ejercitan las prácticas específicas de la televisión» (p.153). La diversidad e inestabilidad de los contenidos de la televisión ha crecido aún más en los años recientes, con el índice acelerado de transmisión por satélite y la suscripción al cable y seguramente se incrementará aún más cuando se instalen más sistemas de transmisión directa por satélite (DBS). Estos desarrollos tecnológicos alteran profundamente las instituciones de televisión que subsecuentemente influyen la producción de ideología. El declinamiento de las cadenas comerciales sustentado en las audiencias de los Estados Unidos -un desarrollo que ha estimulado la mayor diversidad de programas- es una obvia indicación de la permanencia y desconexión de la televisión como un medio de comunicación. La institución televisiva en China está fracturada en forma similar. Dos series de las cadenas domésticas, políticamente candentes, «New Star» y «River Elegy» han sido ampliamente reconocidas dentro del país como causas principales de la inquietud social a finales de los 80. Estos programas son sólo los ejemplos extremos del efecto disruptivo de la televisión en China. Ellos reflejan esfuerzos de un sentimiento opositor que ha crecido precipitadamente dentro de las ciudades chinas, especialmente desde mediados de la década pasada.

Visiones alternativas, culturales y políticas, que sustentan los especialistas de los medios -periodistas, guionistas de televisión y productores, directores cinematográficos- han sido expresadas en los medios de la China como una inevitable consecuencia de llevar a cabo las rutinas del trabajo. La heterogeneidad de las perspectivas sostenidas por trabajadores influyentes dentro de la industria televisiva china, la incapacidad del Estado para manejar y controlar su política cultural en forma consistente y uniforme, valores contradictorios que se expresan dentro de la totalidad de los programas domésticos y foráneos, el deseo de parte de los administradores de las estaciones por atraer y complacer a las amplias audiencias, y el rápido incremento del número de estaciones de televisión, cada una con sus propios requerimientos para llenar el tiempo de transmisión, han contribuido a una cacofonía ideológica que ha estimulado la reflexión cultural profunda y la crisis política (Lull, 1991).

El caso de China revela claramente cómo aun en circunstancias en que el medio es usado explícitamente por sus controladores «oficiales» para alentar la unidad ideológica y social, surgen en cambio la diversidad y la desunión. La televisión china ha sido apropiada con fines subversivos tanto en los procesos de producción como en los de la recepción de programas. Las contradicciones de la sociedad china contemporánea se han visto electrónicamente amplificadas por la televisión. En China lo que parece a simple vista como monolítico, constreñimientos impuestos por el gobierno con la intención de guiar y limitar las opciones sociales, se ha convertido en realidad en recursos cultural e históricamente específicos para la construcción de una conciencia alternativa y un estímulo a la imaginación de un futuro totalmente diferente. Respecto a las audiencias televisivas, China es un ejemplo de cómo el medio es interpretado y usado por los espectadores en formas que no son correspondientes con las intenciones oficiales de los supervisores ideológicos, y no sólo en lo que se refiere a las necesidades, intereses, y preferencias de los miembros individuales de la audiencia o familias. La actividad de los espectadores es en términos generales una actitud creciente y acumulativa contra las condiciones macrosociales, en este caso de una economía en decadencia, un injusto sistema de empleo, represión política, una mortificante y embrutecedora burocracia que afecta, en forma negativa, virtualmente cada aspecto de la vida diaria de la mayoría de los residentes urbanos.

A mi juicio, lo que debería enfatizarse más claramente en la teoría de la comunicación es los mecanismos a través de los cuales son socialmente construidos los temas ideológicos o las estructuras, la variación que existe entre las estructuras individuales, las diferencias entre tipos de estructuras, cómo las estructuras están interrelacionadas y cómo en sus actividades cotidianas, los miembros de la audiencia articulan, modifican y transforman la estructura. Un acercamiento analítico de este tipo enfatiza el rol de la comunicación y la cultura en la descripción y explicación de los sistemas sociales y puede ciertamente llevar a un mejor entendimiento de las implicaciones del constreñimiento estructural, que debería ser contextualizado y relativizado con más precisión.

El rol de los mass media en las dinámicas de la historia política mundial nunca ha sido mayor que ahora. Las revoluciones contra los gobiernos comunistas a lo largo de todo el mundo a finales de la década pasada fueron exitosas no porque la gente estuviera armada con armas sino porque tuvo acceso sin precedentes a la información. A pesar de los esfuerzos de los gobiernos comunistas por manejar la vida política y cultural, millones de personas desde Beijing hasta Berlín, nutridos por su exposición a los mass media, llegaron a imaginar y a demandar nuevos mundos. Luchando torpemente contra la conciencia expansiva y los requerimientos de su gente, los gobiernos comunistas han ensayado estrategias de constreñimiento que abarcan desde la censura militar hasta la liberalización de los media. Las tácticas no han funcionado, en parte por la influencia compensadora de los propios mass media. Como uno de mis entrevistados respondió en China en 1986, «desde que la televisión llegó a nuestras vidas el gobierno no nos puede engañar más». Las revoluciones pacíficas de la Europa del Este y Central fueron también, en buena medida revoluciones televisivas.

La segunda parte de mi ensayo enfoca menos las instituciones, estructura y restricciones y más las posiciones y prácticas de los miembros de la audiencia. Para comenzar, volvamos al trabajo de Giddens. Un fundamento clave de su teoría de la estructuración es que «las propiedades de la estructura de los sistemas sociales (incluyendo la institución televisiva) no actúan, o actúan en cada uno como fuerzas de la naturaleza para forzar a él o ella a comportarse en una forma particular» (Giddens, 1984: 181). Tenemos una considerable evidencia empírica en investigaciones de audiencia de los medios para sostener la afirmación de Giddens. Aún dentro de los más confiables esfuerzos de investigación sobre los efectos de la televisión, por ejemplo, el impacto del medio electrónico tiene que ser siempre cuidadosamente clasificado y considerado en relación con las influencias intervinientes y atenuantes. Ver televisión en contextos cultural y políticamente explosivos -donde las influencias del medio pueden mostrarse dramáticamente- es muy diferente que en naciones más estables y opulentas.

Las prácticas de investigación reflejan esta diferencia. En la comunidad de investigadores científico-sociales, por ejemplo, ha habido un intento sostenido por «descubrir» y «probar» que la regularidad en la actividad comunicativa es «legal». Excepto bajo las condiciones de laboratorio más controladas, el monto de variabilidad explicado por variables de los medios en fenómenos cognitivos y sociales relacionados con los mass media es considerablemente bajo. Mientras que algunos patrones de la influencia de la televisión han sido identificados en la investigación, las relaciones invariables entre causas y efectos acerca de asuntos que atañen al mundo de los efectos de los medios y a las comunicaciones y la actividad social, simplemente no existen. La teoría de la comunicación debería reflejar esta incertidumbre. El modelo, no la probabilidad, es un criterio más sensible para la descripción de la compleja actividad de la audiencia. La descripción etnográfica de la variación contextual, no la postulación de relaciones entre variables establecidas, medibles, independientes, dependientes e intervinientes, es una aproximación más razonable para explicar las diferencias.

Como mencioné antes, Anthony Giddens define estructura como «la articulación institucional de los sistemas sociales» (Giddens, 1984: 37). Pero para Giddens la estructura también acoge «reglas y recursos» sociales y culturales que son «recursivamente implicados en la reproducción social» (p. 377). Esto no significa que la gente simplemente reproduce la agenda ideológica y motifs de los programas televisivos en sus interacciones diarias. Aunque la estructura está constituida por representaciones simbólicas propositivas de la realidad, los agentes sociales también tienen intenciones en su actividad comunicativa. Los televidentes interactúan con, editan, discuten, refutan, ignoran, reformulan, se rien de, usan y reinterpretan el simbolismo de los medios en sus encuentros personales con la televisión y durante episodios interpersonales que acompañan y siguen a su exposición. Aún más, estos envolvimientos y articulaciones no ocurren aisladamente; todos los discursos relatados en la televisión se ven afectados en múltiples formas por las experiencias acumulativas de los miembros de la audiencia con los medios, así como por sus historias específicas con cada uno de ellos -miembros de la familia, colegas, pares, etc. Y además de esto, la construcción del significado tiene lugar no sólo entre los lectores, televidentes, o escuchas y los textos de

los medios, sino también entre las personas en sus actividades sociales rutinarias e intersubjetivas. La televisión está tan profundamente incorporada en las rutinas locales y cotidianas que hasta ahora último, el señalar sus roles en el contexto doméstico y otros, ha sido escasamente problematizado en los estudios de audiencia. Así como los etnometodólogos tratan de desconstruir la interacción microsocial, especialmente el «hacer» del habla y otras actividades de comunicación interpersonal, una más profunda, más penetrante prueba relativa a la interacción de la televisión, con especial énfasis en su variación cultural, puede ser igualmente ilustrativa. Los conceptos inter-relativos de recurso y norma son centrales en un acercamiento de este tipo.

El uso que hace Giddens de los términos «recurso» y «norma» está más dirigido al análisis macrosocial que hacia lo microsocial. Con respecto a «recurso» él distingue entre «recursos asignados» y «recursos autoritarios». Los recursos asignados refieren a los aspectos materiales del ambiente, los medios materiales de producción y los propios productos. Los recursos autoritarios, que son los de mayor interés para los teóricos, tienen que ver con la organización y coordinación de la actividad humana; esto es, la habilidad para manejar la acción social. El control de los seres humanos, por lo tanto, es una clase profunda de recurso macrosocial íntimamente asociado con la generación y distribución del poder en la sociedad. Más aún, el poder en el nivel macrosocial es mantenido y ejercido por la manipulación de la información acerca del mundo material y social. Esta información, en la forma de varias bases de datos, es un recurso privado, mistificado, disponible sólo para algunos selectos individuos.

Por comparación, los recursos del mundo real de las audiencias televisivas son muy diferentes. A diferencia de los recursos asignados y autoritarios del mundo macrosocial, descritos por Giddens, donde los recursos materiales y sociales son conceptualizados como propiedad directamente relacionada con el poder económico, la utilización de recursos simbólicos y sociales como la imaginaria de la televisión y las ocasiones de ver en ambientes microsociales, invita a una fusión teórica entre el público y las agendas privadas y las relaciones de poder. Los mensajes televisivos son transmitidos a las audiencias a través de canales más o menos democráticamente accesibles y devienen en una especie de recurso público. A través de procesos de selección, interpretación y uso los miembros de la audiencia controlan muchos aspectos de su involucramiento personal y social con la televisión, pero no todos. A diferencia de otros recursos públicos, la televisión -tanto en su aspecto tecnológico que ocupa una posición privilegiada en el corazón mismo del espacio de la vida en la mayoría de las viviendas, y su infinito flujo de atractiva imaginaria- es usada por los individuos y los grupos en formas constantes, diversas, casi inflexibles, que reflejan y ayudan a diseñar las relaciones de poder dentro y fuera de los contextos de recepción. Aunque una de las más forzadas pero confusas apreciaciones que se hacen de la televisión en la sociedad no es sólo de aceptar la presencia de una aparente infinita variedad de formas en que el medio puede ser usado como recurso, sino de considerar cómo las relaciones sociales específicas y los contextos culturales mediatizan estos involucramientos. Esto nos lleva al concepto de norma. Para Giddens las normas son «técnicas o procesos generalizables (de la vida social) aplicados en la ejecución y reproducción de las prácticas sociales» (Giddens, 1984: 21). Don Cushman y Gordon Whiting, cuyos muy influyentes artículos publicados a principios de los 70 introducen y adaptan la teoría de las normas al campo de las comunicaciones, sugieren también que las normas ayudan a crear «orden y regularidad en los procesos de comunicación... gobernando y guiando la transacción comunicativa» (Cushman y Whiting, 1972: 228-229). Las normas, en términos de Cushman y Whiting son expresiones consensuales de significación y procedimientos de construcción de la realidad social. Giddens hace la misma distinción básica, refiriéndose a las normas como reguladores constitutivos y regulativos. En términos concretos las normas señalan modos de conducta especificando lo que es normal y lo que es aceptable (los aspectos constitutivos de las normas), y cómo la interacción social está siendo construida (las funciones regulativas). Las normas son entendimientos interpersonalmente coordinados que subrayan y promueven modelos de conductas sociales. Ellas reflejan los valores culturales que han sido legitimados, concretizados, y extendidos a través del tiempo y el espacio, por medio de historias específicas de acción social. Siempre se debe poner énfasis en la naturaleza implícita de las normas. Así como las reglas del lenguaje son empleadas por la gente en la conversación, generalmente sin reflexionar mucho sobre ellas, las normas de la interacción social son tomadas y aceptadas en forma similar. Las normas, por lo tanto, compendian y definen el mundo asumido por los actores sociales. Es este aspecto subyacente de las normas en la interacción social lo que ayuda a darles fuerza prescriptiva. Las normas, por lo tanto, subrayan concepciones de lo que se espera, de lo que es normal, lo que es preferido, y a veces, lo que se requiere en la construcción rutinaria de la vida social. Aunque las normas no son siempre entendidas ni acatadas, ellas son fundamentales para la estabilidad social básica, en grandes sociedades y en pequeños grupos sociales.

Teorizar la actividad social como procesos y patrones que son producidos por normas culturalmente específicas puede ayudar a obviar la problemática y confusa distinción macro/micro. Ya he señalado que las normas, como entendimientos culturales, promueven la acción social en formas que anclan y estabilizan poblaciones enteras. Los mass media, por supuesto, juegan un rol significativo en este proceso. Al mismo tiempo, los ambientes familiares locales como los espacios vitales, centros laborales, y lugares de encuentro social de todo tipo son de la misma manera normativamente gobernados. El uso analítico del concepto de «norma» nos permite hacer útiles conexiones entre estos niveles de análisis. Las normas conmutan entre los vastos niveles macrosocial y cultural, a través de varias otras configuraciones sociales intermedias, a los más pequeños e idiosincráticos grupos. Las lecciones culturales y sociales aprendidas de la televisión, por ejemplo, son interpretadas rutinariamente dentro de los hogares familiares donde pueden o pueden no estar en conflicto con las orientaciones locales, las normas locales. Me refiero aquí primariamente a los patrones informales, inarticulados del comportamiento social defendidos por los medios y por la familia, pero algunas veces las diferencias pueden alcanzar a un nivel mayor de conciencia. Consideremos por ejemplo la quiebra de normas que puede tener lugar fácilmente entre los mundos asumidos de muchas series de televisión contemporáneas y los ambientes familiares de los extremistas religiosos.

Estudiando de cerca las familias, prestando especial atención a su contacto con la televisión y a sus conversaciones en casa y fuera de casa, y observando sus hábitos, los límites de la acción social que ellos construyen y sus estrategias interpersonales, podemos ver cómo los llamados dominios de la economía, la política, y la cultura están articulados, reproducidos, transformados y trascendidos en las prácticas rutinarias de la vida diaria. Esta conjunción teórica y analítica de las esferas simbólicas de influencia y las prácticas rutinarias de la interacción social cotidiana aproxima la dualidad de la estructuración propuesta por Giddens cuando se refiere al «flujo de la estructura y la agencia a través del tiempo». Las influencias ideológicas y las relaciones de poder contenidas en y sugeridas por las estructuras sociales a gran escala, fragmentadas y volubles como son, se intersectan con ambientes locales, cada uno de los cuales tiene sus propias normas y relaciones de status, requiriendo una constante selección. Las consecuencias de estas intersecciones no están predeterminadas. Las representaciones ideológicas en la televisión son entendidas y usadas por los actores sociales dentro de sus hogares como televidentes y miembros de la familia, y fuera de la casa como miembros de agregados sociales formales e informales. Cada una de estas configuraciones sociales tiene sus propias coaliciones interpersonales y jerarquías que influyen la manera en que el simbolismo de la televisión es interpretado y usado (Lull, 1990).

A pesar del innegable rol del espectador como agente activo de la construcción de significado y co-creador de las relaciones sociales, no quiero sobre-romantizar la libertad del individuo consumidor de medios. Es bien sabido que cualquier exposición a la televisión y video necesariamente implica un flujo desbalanceado de imágenes e ideas, un flujo que va del receptor de televisión al espectador sin considerar cuán brillante, activo o resistente pueda él ser. Dado que las audiencias sólo pueden seleccionar entre una gama de programas disponibles, los espectadores sólo pueden interpretar, extender y reformular las imágenes, temas e ideas que son presentados a ellos en la programación. En un sentido fundamental, los programas televisivos tienen que abordar selectivamente ciertas experiencias de los televidentes. Segundo, la visión e interpretación de la televisión está influenciada no sólo por las estructuras reflejadas en los mensajes masivos sino por la estructura de las relaciones microsociales que rodean la visión y el resto de la vida diaria. Las personas pueden seleccionar intencionalmente, interpretar y usar los programas televisivos en formas muy lúcidas, pero esto no lo hacen nunca libremente o de manera uniforme; 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. La variación en la visión

familiar, por ejemplo, se incrementa exponencialmente cuando comparamos culturas. Nos hemos acostumbrado a estilos de vida y a estilos de visión en Norteamérica, Europa, e Inglaterra. Pero las tradiciones culturales en otras partes del mundo -Lejano Oriente, Asia Sur, Latinoamérica, y África, por ejemplo, inspiran modos de vida diaria que son bastante diferentes de lo que es familiar a la mayoría de nosotros. Subsumidas dentro de las condiciones sociales y operaciones de estos entornos culturales hay diferencias en la visión de la televisión. El propio significado de hogar, patrones de salir o entrar a la casa, las relaciones entre los sexos y generacionales, las condiciones de trabajo y centros laborales, las concepciones del tiempo y el tiempo libre, la influencia de instituciones religiosas y políticas, los niveles de desarrollo económico y tecnológico, para nombrar algunos factores centrales, están entre las esferas culturales de variación que ayudan a bosquejar patrones diferenciales de vida y de ver (Lull, 1988). Es por lo tanto naive y engañoso hablar de una psyche universal o de una actividad social homogénea atribuible a la difusión mundial de la televisión. El involucramiento del espectador con la televisión se extiende y transforma a la persona, el hogar, y especialmente, los patrones culturales pero en formas diferenciadas. Las normas, los entendimientos socialmente coordinados que promueven patrones particulares de entendimiento humano y actividad comunicativa, están localizados en, influenciados por y definidos por elementos centrales de cultura. La cultura, por lo tanto, es el contexto último, un contexto dinámico en el cual es construida la comunicación. Las teorías sobre la audiencia deberían reflejar esta diversidad cultural.

El análisis de las reglas -en contexto- es una de las maneras de conectar los más complejos aspectos de la interacción microsocial a los más amplios estructurantes de la vida social representados en el contenido de los temas de la televisión. Lo que tenemos al final es un entramado teórico de entornos gobernados normativamente -un mundo de mensajes producidos y distribuidos por instituciones sociales que colisionan con diversas vecindades y comunidades de recepción, interpretación y uso social culturalmente contextualizados. Pero la relación entre textos televisivos y televidentes es generalmente poco conflictiva. La ahora familiar «actividad del receptor» no es una persona que está constantemente alerta y resistente a los perfiles ideológicos de los mensajes televisivos, lista para replicar los aparentemente intencionales significados de los programas o para rechazar la forma en que la visión le hace sentir a ella o a él política o emocionalmente. Aún en la mayoría de los casos donde el contenido de los programas es reformulado por los televidentes, este uso de la televisión es asumido más con un ojo en los objetivos personales o sociales del «trabajo» comunicativo que en su significación ideológica. Cuando un miembro de la audiencia confirma verbalmente o convierte un mensaje televisivo en una situación de grupo de visión, por ejemplo, la ventaja del orador parece ser primeramente estratégica y pragmática -él o ella utiliza esta ocasión como logro de algunos objetivos sociales- que es, para demostrar competencia o si no invocar capital cultural o relacional. La asimilación del contenido de los medios en el discurso interpersonal rutinario -presentando, reforzando, y extendiendo los mensajes masivos en la ausencia de interpretación crítica- es por cierto, uno de los más lejanos efectos que alcanzan los mass media.

En otras situaciones, sin embargo, los televidentes están extremadamente alertas a los más sutiles detalles de los mensajes televisivos e invierten gran significación política en ellos. Esto puede ocurrir no sólo dentro de las familias y otros pequeños grupos de televidentes, sino en contextos de visión mucho más grandes. La visión televisiva en la China urbana, por ejemplo, cae dentro de esta categoría. Los miembros de la audiencia en China interpretan y discuten habitualmente las implicaciones políticas de los programas con la familia y amigos durante la visión y en momentos en que no están viendo. A medida que esta edición social de los contenidos de los programas se difunde más allá de las paredes de las casas individuales, ocurren coaliciones de formas de resistencia y movilizaciones públicas. Las maneras en que se reproduce la ideología en la actividad de la audiencia revela la interrelación entre los desacreditados dominios de lo macro y microsocial. Este enlace entre estructura y proceso puede hacerse más claramente (y más románticamente), yo supongo, en los casos concretos de sociedades convulsionadas y en transición donde las relaciones prevalecientes de poder político vienen siendo cuestionadas enfáticamente.

Para concluir, en cualquier integración teórica de las macro condiciones y micro procesos comunicativos y contextos, las estructuras ideológicas de los mass media deben ser observados como construcciones heterogéneas, polisémicas y como objeto de interpretación intencional. La teoría no comprensiva de la audiencia puede hacerse sin consideraciones serias dadas a las instituciones de los medios como entidades inciertas de la dinámica social. Al mismo tiempo, la audiencia tiene que ser problematizada no sólo en términos de las argucias y sutilezas de la vida doméstica diaria, sino también en relación con los temas ideológicos, motifs, y fragmentos que son tomados de los contenidos de los medios y usados posteriormente en la construcción de las relaciones sociales, actividades que son culturalmente localizadas e informadas. Hablando metodológicamente, lo que ahora se necesita más que nunca es un corpus de proyectos de investigación etnográfica bien diseñados, bien documentados y bien razonados, de los cuales se pueda extraer conocimientos profundamente teóricos. Una imagen etnográfica de alta definición de la actividad de la audiencia es una evidencia útil para construir teorías más comprensivas sobre las audiencias.

Finalmente, quiero destacar la importancia de los procesos de comunicación en el desarrollo de la teoría de las audiencias de los medios. La visión familiar de la televisión, por ejemplo, aun cuando esté siendo hecha por individuos que están aislados uno de otro en el espacio vital, es mucho más un acto de comunicación interpersonal que un acto de consumo de medios o de construcción de sentido. Se debe poner énfasis, entonces, no sólo en qué interpretaciones y experiencias tienen las audiencias con la imagen de los medios, sino en cómo se hace socialmente ese trabajo. Si, como proclama Anthony Giddens, la principal pertinencia de la teoría social es la iluminación de los procesos concretos de la vida social, entonces el análisis de los miembros de la audiencia como comunicadores es un principio básico y potencialmente productivo para hacer algunos aportes significativos al trabajo teórico y empírico.

Traducción: Ana María Cano.

REFERENCIAS.-

- Ang, I. (1991). *Desperately Seeking the Audience: How Television Audiencehood is Known*. London: Routledge.
- Cushman, D.C. & Whiting, G. (1972). «An approach to communication theory. Toward consensus on rules» *Journal of Communication* 22: 217-238.
- Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society*. London: Polity Press.
- Lull, J. (1991). *China Turned On: Televisión, Reform, and Resistance*. London: Routledge.
- Lull, J. (1990). *Inside Family Viewing: Ethnographic Research on Television's Audiences*. London: Routledge.
- Lull, J. (Ed.) (1988). *World Families Watch Television*. Newbury Park, Ca. Sage Publications.
- Morley, D. (1980) *The «Nationwide» Audience. Structure and Decoding*. London: British Film Institute.
- Newcomb, H. & Hirsch, P. (1987) «Televisión as a cultural forum», in H. Newcomb (Ed.), *Televisión: the critical View*. New York: Oxford.

