

### **31. CUESTIONES DISPUTADAS: (1) )AUDIENCIA REAL O AUDIENCIA INTENCIONAL?; (2) EL PODER DE LAS AUDIENCIAS; (3) )ES LA AUDIENCIA UN CONCEPTO COMBINATORIO?**

Felicísimo VALBUENA DE LA FUENTE  
Catedrático  
Facultad de Ciencias de la Información  
Universidad Complutense  
MADRID

#### **1. LAS PERIPECIAS DE LOS INVESTIGADORES EN BUSCA DE LA AUDIENCIA**

No está fuera de lugar rescatar la expresión \*cuestiones disputadas+, que tiene un sabor de siglos en el campo de la filosofía. A pesar de que su desarrollo esté lejos del formato escolástico, con un \*defendans+ y un \*arguens+, dos cosas están claras: a) los autores no están de acuerdo sobre la cuestión o problema de que se trata y b) cruzan argumentos, que a veces encubren asuntos personales y la polémica puede alcanzar, a veces, una gran brillantez expositiva<sup>1</sup>. Dicho de otro modo: los *dialogismos* pueblan el panorama de la investigación sobre audiencias.

Al tratar de la Perspectiva de Resolución de Problemas, HAVELOCK se preguntaba qué capacidad tiene el usuario típico para innovar. Los investigadores humanistas y críticos se han planteado el mismo asunto, pero con otras expresiones: autonomía, soberanía de la audiencia... Y los autores que han reflexionado sobre lo que han dicho unos y otros han sonreído en algún momento de su discurrir, pues les ha hecho gracia la paradoja o el movimiento pendular que han observado. Intentaré explicar qué es lo que ha ocurrido.

Los autores críticos más veteranos tenían los puntos de vista bastante claros: si los mensajes o los textos tienen fuerza, es porque la pierden las audiencias. Se aunan la hegemonía de los textos y la ideología -como engaño- de las audiencias. El resultado es previsible: las audiencias pintan tan poco que, como señala Sonia LIVINGSTONE, el problema es que la audiencia desaparece. A su vez, los investigadores administrativos o humanistas defienden tanto la libertad de los receptores que quitan fuerza a mensajes, textos y medios.

Así han estado las cosas durante bastantes años, hasta que han cambiado. Acudiré a la explicación que Rusell L. ACKOFF y Fred EMERY dan sobre el sentido de la vida en común de un matrimonio. Cuando una pareja se conoce, cada uno tiene un estilo o carácter \*extremo+: introvertido o extrovertido, pongamos por caso. La convivencia logra que vayan \*centraversándose+ y, de este modo, el introvertido va siéndolo menos y lo mismo sucede con el extrovertido<sup>2</sup>. Pues bien, podríamos decir que el sentido de la convivencia entre las Escuelas de investigadores en los últimos años ha sido así. Incluso, voy más lejos: algunos investigadores se han pasado al extremo opuesto, como si de extrovertidos pasasen a introvertidos o viceversa.

Ese movimiento de péndulo parece una huída intelectual hasta dar con los pensamientos en el punto exactamente contrario. Hay investigadores que huyen de una forma descarada y hay otros que dividen el viaje en varias jornadas, para que el cambio de rumbo se les note menos. En

---

<sup>1</sup> FERRATER MORA, José: \*Disputación+. En *Diccionario de Filosofía*, I, Pp. 474-475.

<sup>2</sup> ACKOFF y EMERY (1972), Pp. 124-129.

cualquier caso, sería muy interesante que los estudiosos nos dejaran, en forma de artículos o de Memorias, las claves para entender sus cambios, especialmente si han sido demasiado llamativos. BUENO ve la importancia que todo esto tiene para la historia de una ciencia:

\*Supuestos los conceptos recién esbozados se comprenderá que una de las situaciones más interesantes que la pragmática autológica suscita es la de los sujetos considerados desde el punto de vista de su evolución política, especialmente de sus crisis o rupturas o de sus conversiones políticas... Incluso cabría sostener, en general, la tesis de que los autologismos más fecundos sólo pueden tener lugar en sujetos que han experimentado en su evolución personal rupturas, revoluciones o conversiones que los han obligado a una reconsideración crítica de las pruebas de las antiguas posiciones y de las nuevas; un autologismo que consistiera en ser una reiteración monótona del mismo esquema del juicio o del razonamiento podría ser indicio más de anquilosamiento que de coherencia viva<sup>3</sup>+

Frente a la concepción del individuo aislado y manipulable que sostenía la Escuela de Chicago nos encontramos a una serie de investigadores que entronizan a ese individuo como capaz prácticamente de todo a la hora de enfrentarse con lo que los medios le ofrecen. Puede rebelarse contra la línea argumental que le llega y crear una nueva; puede descubrir significados recónditos y negarse a ser manipulado; incluso, puede manipular a quienes intentan hacerlo con él; puede encontrar placeres más allá de lo que otros investigadores habían insinuado y redescubrir la vida; puede liberarse.

Quizá quien ha ido más lejos en el canto a la audiencia ha sido John FISKE, a quien ya me he referido en el Capítulo anterior. A varios autores les ha parecido que su canto desafina. Sobre todo, porque de poco le vale escribir sin descanso si luego resulta que sus puntos de vista los apoya en muy pocos casos y, a veces, en uno. Gustavo BUENO diría, en este sentido, que a FISKE le faltan referentes fisicalistas para conformar una teoría sólida de la audiencia activa. La ciencia no puede consolidarse con ejemplos escasos y con excepciones. Cosa distinta es que el autor pueda conseguir fama momentánea y entrar en circuitos de conferencias. Cuando años después alguien se pregunta por qué se apagó aquella luminaria, alguien responderá que quizá no fue una luminaria sino un fuego fatuo.

Gaye TUCHMAN ha llegado a diferenciar dos posiciones: romántica y realista. WILLIS ataca la teoría de la hegemonía, del italiano A. GRAMSCI, que tanta aceptación ha tenido en Inglaterra. Está convencido de que la juventud trabajadora es capaz de crear una antihegemonía. Los trabajadores pueden expresar como individuos una \*estética fundamentada+ con originalidad<sup>4</sup>. La cultura sería como un mecano y los jóvenes pueden organizar las piezas de diversos modos. La crítica de TUCHMAN no es profunda y hace ver con varios polisílabos que WILLIS ha hecho mal en olvidar que \*los dispositivos mecánicos están inseparablemente entrelazados en las relaciones sociales (y estructurales) de las sociedades industriales contemporáneas+<sup>5</sup>. Empleando términos de BUENO, lo que viene a reprochar a WILLIS es que sólo se ocupa del eje circular y no atiende al radial. Si esto es ser romántico, muchos sectores del mundo académico estarían -sobre el papel, al menos- suspirando por el \*noble salvaje+, a lo ROUSSEAU o CHATEAUBRIAND.

---

<sup>3</sup> BUENO (1991), P. 106.

<sup>4</sup> WILLIS, P. (con JONES, S., CANAAN, J. y HURD, G.): *Common Culture*. San Francisco, Westview Press, 1990.

<sup>5</sup> Esta autora ha ido perdiendo fuerza teórica con el paso del tiempo. También ha perdido el sentido de lo que va a ponerse de moda. Antes, sí lo tenía. Por ejemplo, TUCHMAN, Gaye, Arlene K. DANIELS y James BENÉT (Compiladores): *Hearth and Home: Images of Women in the Media*. Nueva York, Oxford University Press, 1978, fue un libro que la situó muy bien para los tiempos que iban a venir.

## 2. POSICIÓN ROMÁNTICA, POSICIÓN REALISTA Y POSICIÓN PESIMISTA ANTE LA AUDIENCIA

W. A. GAMSON afirma la capacidad de la gente trabajadora para razonar sobre temas políticos complejos y su potencial para la acción colectiva <sup>6</sup>.

Le parece a TUCHMAN que GAMSON es un realista. ) Porque considera el eje radial? No, porque fundamentalmente tiene en cuenta al grupo, los recursos invocados -vivencias y sabiduría popular- y el tema, incluyendo lo próximo que un tema está a las vidas de los miembros del grupo y lo comprometidos que están con el tema. Pero así se sigue moviendo en el eje circular, puesto que lo que GAMSON analiza es la charla de la gente. Sin embargo, las conclusiones son las mismas que podemos extraer quienes escuchemos durante varios días a ciudadanos normales participando en programas de radio: a) La gente no es tan pasiva; b) La gente no es tan tonta, y c) La gente \*negocia+ con los mensajes de los medios en formas complicadas que varían de tema a tema. Si esto es ser realista, miles de estudiosos lo son. Y no digamos quienes tienen ojos para ver y oídos para escuchar, aunque no vayan a la Universidad.

Sí podemos decir que GAMSON es realista cuando contempla la realidad y ve que los grupos también se equivocan -repite lo que ya lo sabemos muy bien por JANIS-, que algunas personas prefieren ser subordinados y que sufrir la injusticia no garantiza que los trabajadores actúen en la dirección correcta y no al servicio de los demagogos.

Parece, pues, que realista sería todo autor que reconoce que el lector soberano también se equivoca, a veces con estrépito. Como veremos en el Capítulo 34, no basta decir que el lector es creativo; hay que hacer algo más.

El desencanto con la audiencia entendida a lo ROUSSEAU ha venido también de una manera indirecta: a través de estudios empíricos que se movían en otra línea diferente. La *Teoría de la Indefensión Aprendida*, de Martin SELIGMAN afirma el poder, por no decir la victoria, del contenido sobre las audiencias. Según este autor, si las noticias presentan muy frecuentemente a sus protagonistas como desamparados y sin poder hacer nada con los problemas a los que se enfrentan, porque parece que escapan a su control, los telespectadores deducen que ellos son como el público que aparece en las noticias y como los que las ven. La indefensión aprendida es un concepto distributivo, inundatorio, puesto que atraviesa todo tipo de tiempo y situaciones. El mundo es impredecible, caótico, incontrolable. Aceptar esto tiene implicaciones muy graves <sup>7</sup>.

Por mi parte, añadido que lo que SELIGMAN y otros autores investigan se parece mucho a ciertos juegos de Eric BERNE: *Pata de Palo y Alegato de Locura*, entre otros. La perspectiva de \*Solución de Problemas+ representa la antítesis para esos juegos. Es la visión más ajustada que oponer a quienes están empeñados en captar más y más audiencia por el simple proceder de persuadirles para que no empleen su razón <sup>8</sup>.

## 3. EL PODER DE LAS AUDIENCIAS: ) ACTIVAS Y/O PODEROSAS?

---

<sup>6</sup> GAMSON, W. A.: *Talking Politics*. Nueva York, Cambridge University Press, 1992.

<sup>7</sup> SELIGMAN, Martin E. P.: *Helplessness: On Depression, Development and Death*. San Francisco, Freeman, 1975. Traducción española: *Indefensión*. Madrid, Editorial Debate, 1991. Ver también LEVINE, Grace F.: \*Learned Helplessness in Local TV News+. *Journalism Quarterly*, Primavera 1986, Pp. 12-18 y 23.

<sup>8</sup> BERNE (1987) Pp. 169-173.

Concebir la audiencia como activa ) equivale a pensar que es poderosa? Estudiando las ideas de los autores culturales, podemos deducir que sus discrepancias últimas giran sobre cómo entienden el poder. Aun a riesgo de caer en alguna inexactitud, me atrevo a decir que los autores norteamericanos tienden a ser más optimistas que los europeos cuando hablan del poder de la audiencia. Entre estos, CURRAN somete a escrutinio este aspecto. En concreto, y como ya hemos visto, ataca los flancos de algunos estudios de recepción.

Proclaman la autonomía de la audiencia para demostrar que los medios no reproducen los discursos dominantes. ) Qué conceptos invocan? Los de *sub-culturas* y *grupos*. Subyace en estos conceptos el poder difuso en toda la sociedad. Pero al afirmar esto, los revisionistas exageran la impermeabilidad de las audiencias a los mensajes de los medios. Y aquí CURRAN muestra argumentos que son difíciles de refutar: a) los autores se esfuerzan por dar sus interpretaciones \*preferidas+, aunque las audiencias puedan rechazarlas, y de hecho algunas veces lo hagan; b) las audiencias no tienen un infinito repertorio de discursos a su disposición; la situación de los individuos en la estructura social tenderá a determinar a qué discursos pueden acceder fácilmente. La gente recuerda las versiones que da la televisión, después de pasar mucho tiempo, aun cuando los espectadores traigan su propia versión. Hay una doble penetración: los sujetos cuentan con diversos recursos para resistir o negociar los significados de la televisión y, a su vez, ésta logra que acepten algunos temas de los que presenta <sup>9</sup>.

A veces, da la impresión CURRAN de que \*contra+ la tradición administrativa o pluralista pensaba mejor. Trataba con adversarios de mayor estatura. También ve esperanzas en el campo radical. En concreto, Janice RADWAY y Dick HEBDIGE buscan relacionar el placer en el consumo cultural con la experiencia social de los sujetos de la audiencia.

\*Pero esta experiencia está situada en un contexto más amplio de las relaciones sociales explotadoras en las que los sujetos de la audiencia están buscando encontrar una solución imaginaria a su posición de subordinación o están comprometidos en formas placenteras de resistencia <sup>10</sup>+

Esta esperanza, por tenue que sea, representa un avance: -Dedica más atención al texto,

- Da una comprensión mucho más rica y completa de los procesos interdiscursivos en la recepción de la audiencia.

- Sobre todo, los sitúa en un contexto sociológico más adecuado.

También, un retroceso:

- En su rechazo a cuantificar,

- Confía excesivamente en las discusiones de grupo y, por tanto, no prueba como debe las diferencias intragrupalas e individuales.

A algunos colegas europeos de CURRAN les viene muy bien la imagen del optimismo americano para ofrecer la imagen de que están más \*centrados+ en este asunto. Incluso, se permiten ironías, como las que MORLEY muestra cuando se refiere a los optimistas:

\*Cualquiera que sea el mensaje codificado, la descodificación acude al rescate. El dominio de los medios es débil e inefectivo, puesto que la gente hace sus propios significados y placeres+... \*no tenemos que preocuparnos de que la gente vea varias horas de TV al día, consumiendo sus imágenes, anuncios y valores. Las personas son ya espectadores y oyentes críticos, activos, no tontos culturales a los que los medios manipulan+. Ahora bien, este modelo "afirmativo" tiende a justificar después el desprecio de todas

---

<sup>9</sup> CURRAN (1990) Pp. 151-153.

<sup>10</sup> *Ibíd.* P. 153.

las cuestiones referentes a las fuerzas económicas, políticas e ideológicas que actúan en la construcción de textos, suponiendo (sin fundamento) que la recepción es, de alguna manera, la única etapa del proceso de la comunicación que en definitiva importa. Parece un supuesto cristiano, en el que los pecados de la industria (o el mensaje) se ven de algún modo redimidos en la vida posterior de la recepción <sup>11</sup>+

Sí, es el mismo MORLEY a quien criticaba CURRAN cuatro años antes. Parece que asimiló el estilo de su crítico y lo empleó contra quienes estaban favoreciendo, sin quererlo, que él adoptase una posición de \*término medio+. Se vale también de citas de otros autores -entre los que está CURRAN- para distinguir: 1) entre las estrategias del poderoso y las tácticas del débil; 2) entre tener el poder sobre un texto y el poder sobre la agenda dentro de la que el texto es construido y presentado; 3) entre ser activo y ser poderoso.

---

<sup>11</sup> MORLEY, David (1993), P. 15. Se refiere al estudio de BUDD, B., ENTMAN, R. y C. STEINMAN: \*The affirmative character of American Cultural Studies+. *Critical Studies in Mass Communication*, 1990, 7 (2) Pp. 169-184.

Ha visto muy bien que W. SEAMAN ha planteado las cosas de una manera muy clara: ) por qué no abandonar las ciegas callejas de la Etnografía y volver a las verdades eternas de la Economía Política? Si emplease los términos de la Teoría del Cierre Categorical, diría que SEAMAN recomienda abandonar las metodologías  $\beta$  y volver a las  $\alpha$  <sup>12</sup>. Esto le parece exagerado a MORLEY, que quiere \*centrar+ la cuestión: el riesgo de la actual reacción violenta contra la microetnografía está en animar a una vuelta a los temas macropolíticos que está, de hecho, apoyada en una concepción mal planteada de la relación entre lo micro y lo macro. ) Qué hacer, entonces? No debemos caer en la trampa de igualar lo micro (local) con lo meramente concreto y empírico, y lo macro (global) con lo abstracto y teórico. Le parece que hasta el entronizador del \*lector+, John FISKE, también se está \*centrando+: cualquier etnografía \*corre el riesgo, contra el que debemos precavernos a cualquier precio, de permitir incorporarse la ideología del individualismo <sup>13</sup>+. ) Qué hacer, pues?

MORLEY nos presenta la necesidad de atender al interjuego de biografía e historia en la \*imaginación sociológica+, tal como lo entendía Wright MILLS, ya en 1959 <sup>14</sup>. Desde luego, parece que en estos momentos, MILLS se está convirtiendo en el modelo de intelectual público cuya cita es obligada cuando los autores se despiden hasta su próximo golpe de creatividad personal.

\*Todo esto es particularmente vital en el reino del consumo de medios, dado el papel central de los medios al articular lo público y lo privado, lo global y lo local, y al articular los procesos globales del imperialismo cultural con los procesos locales del consumo situado -donde los significados locales son tan frecuentemente hechos dentro de y contra los recursos simbólicos que proporcionan las redes globales de los medios+ <sup>15</sup>.

---

<sup>12</sup> SEAMANN, W.: \*Active audience Theory: pointless populism+. *Media, Culture & Society*, 14, 1992, Pp. 301-311.

<sup>13</sup> FISKE, J.: \*Ethnosemiotics+. *Cultural Studies*, 1980, 4 (1), Pp. 85-100.

<sup>14</sup> MILLS, Wright: *La imaginación sociológica*. México, Fondo de Cultura Económica, 1993. (140 Edición).

<sup>15</sup> MORLEY, Artíc. cit. P. 17.

Es una prosa que cae muy bien en los últimos párrafos de un artículo, pero ) es algo más que un deseo, si un investigador no muestra cómo investigar estos aspectos? Un rasgo común que observo en varios investigadores es que, cuando empiezan a tomarse en serio, se vuelven solemnes, pomposos y sus golpes creativos parecen evaporarse. Algo de esto le ha ocurrido a R. MORLEY. Si no se tomase tan en serio, si no estuviese tan pendiente de lo que otros dicen sobre él, quizá daría todavía algunas ideas originales. Incluso, si hablase más sobre sí mismo, sobre lo que le ha ocurrido durante sus investigaciones <sup>16</sup>. )Y qué es lo más original que ha aportado MORLEY a la TGI? Pienso que sacudir las rígidas barreras entre Comunicación Interpersonal y Comunicación Colectiva al hablar de audiencias. Si MORLEY mirase con más atención, se daría cuenta que otros autores están haciendo arreglos sobre la partitura que él ha compuesto <sup>17</sup>.

#### 4. )ES LA AUDIENCIA UN CONCEPTO COMBINATORIO? LOS DESPLAZAMIENTOS DE UN ESTUDIOSO DE LA AUDIENCIA

##### 1.1. Del enfoque semiótico del texto...

A pesar de las críticas de CURRAN y otros autores a los trabajos de MORLEY, quiero destacar dos notas en su quehacer: 1) Su gran constancia, con la que ha conseguido seguir investigando, a pesar de los caminos cerrados que iba encontrándose de un libro a otro; 2) el interés biográfico que tiene el trabajo de quien va desplazándose de un aspecto del campo de la TGI a otro, pero no por seguir la moda, sino porque se lo exigía la marcha de la investigación. Mark JANKOVICH ha resumido el sentido de este caminar: del texto al contexto <sup>18</sup>. Si empleamos terminología de Gustavo BUENO, podemos decir que MORLEY ha ido del eje circular al eje radial. También, que ha pasado de la capa conjuntiva a la basal. Pero vamos a ver cómo ha sucedido todo esto.

En *Everyday Television*, MORLEY y Charlotte BRUNDSOON, emplearon la Semiótica para analizar *Nationwide*, un programa de gran audiencia en Inglaterra. Dicho así, pasaría por un estudio más de tantos que se hacen empleando unos términos que, a veces, resultan tan antipáticos y espesos al lector, que le desaniman <sup>19</sup>. También contamos con estudios excelentes

---

<sup>16</sup> Grandes Directores de Cine empezaron a perder frescura desde el momento en que se tomaron a sí mismos demasiado en serio: S. EISENSTEIN, O. WELLES. El caso más penoso es el de David LEAN. Él mismo ha contado que, a raíz de unos comentarios que algunos críticos le hicieron en el Hotel Algonquin, de Nueva York, sobre su película *La hija de Ryan* (1970), dejó de hacer cine durante catorce años, hasta que volvió con *Un pasaje a la India* (1984). )Qué hubiera ocurrido si no hubiese hecho caso de las críticas?

<sup>17</sup> MORLEY, D.: \*The Construction of Everyday Life: Political Communication and Domestic Media\*. En SWANSON y NIMMO (1990), Pp. 123-146. No añade ideas nuevas a las que ya conocemos de MORLEY.

<sup>18</sup> JANKOVICH, Mark: \*David MORLEY: Los estudios sobre Nationwide+. En BARKER y BEEZER (1994), P. 149. Los libros de MORLEY son: con Charlotte BRUNDSOON: *Everyday Television: Nationwide*. Londres, BFI. 1978; *The Nationwide Audience: Structure and Decoding*, Londres, BFI, 1980 y *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*, Londres, Comedia, 1986.

<sup>19</sup> Convendría estudiar las influencias que determinados análisis literarios han podido tener sobre la antipatía que muchos estudiantes sienten hacia la Literatura. Parecen algo más que ejercicios de anatomía literaria. Más que dividir el texto, lo pulverizan. Incluso, los autores a cuyos textos aplican tal análisis, se rebelan, cuando no se ríen. Como modelo de bien hacer, recomiendo SENABRE, Ricardo: *Gracián y El Crítico*. Universidad de Salamanca, 1979. Sus 131 páginas de pequeño formato son un ejemplo de cómo

de Análisis de Contenido que, sin embargo, representaron cima y final para sus autores.

Entonces, ¿qué tuvo de original el trabajo de MORLEY y BRUNDSON? Que su estudio quedaba abierto para tomar en cuenta las \*lecturas+ que, sobre *Nationwide*, podían hacer las audiencias.

### 1.2... al social (telespectadores)...

En su siguiente libro, *The Nationwide Audience*, se dedicó a desarrollar la idea que había esbozado en el anterior. Analizó varias maneras que distintas audiencias tenía de descodificar una emisión de *Nationwide*. Pero introdujo un cambio que ya he adelantado: No se conformó con saber cómo interpretaban un mismo programa *-eje circular-* sino que se interesó por las maneras en que podían relacionarse las diferentes lecturas con las cambiantes posiciones socioeconómicas de la audiencia *-eje radial*. Comenzó así una búsqueda que no pudo acabar en este libro. En el eje circular, se planteó la cuestión del género: ¿Qué diferencias hay entre un hombre y una mujer en el modo de descodificar un mismo programa?. En el circular, ¿qué importancia tenían las condiciones del trabajo y del hogar? Y, claro está, un hombre persistente como MORLEY no podía pararse: emprendió otra investigación y publicó un tercer libro.

MORLEY seguía, quizá sin saberlo, el formato de las escenas del mejor cine clásico: 1) Exposición; 2) Desarrollo del tema de la escena, en el que los personajes marchan hacia sus objetivos; 3) Indicio de una nueva línea de acción. En la siguiente escena, el punto 2) desarrolla el 3) de la anterior. Un formato así da una gran fluidez a las películas.

En *Family Television*, el contenido cede el paso al contexto de la recepción. ¿Qué manda en la elección de programas? ¿La ideología? No. Puestos a estudiar factores, otros autores hablan de *recepción secundaria* -la influencia de la publicidad en prensa para escoger un programa- y *recepción terciaria* -la TV ayuda a formar la conciencia histórica y, por tanto, los telespectadores ven lo que DAYAN Y KATZ llaman \*sucesos de los medios+- (Ver Capítulo 3).

### 1.3... al contexto

Después de abrir esa línea de investigación sobre los factores que influyen antes de ver la TV, MORLEY se muestra original al enfocar a los telespectadores \*mientras+ ven la TV. No le importa cómo un telespectador interpreta un programa sino cómo se mueve en el marco familiar mientras ve el programa. Ahora se entrecruzan las actividades de varios miembros de la familia, cada uno con sus objetos y objetivos, y no sólo enfocando sus ojos hacia la TV. Son las condiciones en las que se encuentran los diversos miembros de la familia, y que pueden variar de un día a otro. La combinación puede ser muy grande. El cansancio, tener hijos pequeños, estar trabajando en la cocina, el ruido ambiente, las conversaciones sobre el programa pueden ser factores influyentes y no simplemente el contenido.

Para MORLEY, es importante pasar de \*La Audiencia+ pensada en general a audiencias o lectores diversos. Sólo así podemos estudiar a las personas reales. Con estudios como los de MORLEY, la distinción comunicación interpersonal/comunicación colectiva en forma de paralelas se convierte en una matriz, que admite muy diversas combinaciones. Los miembros de una familia ven el contenido de los programas y los comentan y discuten. Así es como organizan y reorganizan su tiempo y las modalidades que BERNE distinguía: soledad, pasatiempos, rituales, actividades, juegos e intimidad. Recordemos lo ya dicho al hablar de comunicación interpersonal y colectiva. Diversos autores se dedican a constatar este cambio de visión, que debe no poco a MORLEY. Tampoco debe extrañarnos que, con términos de la Antropología, hablen

---

entusiasmar a los aspirantes a escritores con un autor difícil como GRACIÁN.

de los telespectadores como \*sujetos nómadas+ que atienden a las relaciones familiares -eje circular- y a las rutinas del hogar -eje radial-. Por tanto, \*ver televisión+ no es la actividad concentrada que aceptamos como algo dado. En relación con todo este punto, John CORNER piensa que el ideal es la \*descripción densa+, del brillante antropólogo Clifford GEERTZ. ) Y qué decía éste en un ensayo dedicado a este tipo de descripción? He elegido dos párrafos que dan sentido a los esfuerzos de MORLEY:

\*El lugar de estudio no es el objeto de estudio. Los antropólogos no estudian aldeas (tribus, pueblos, vecindarios...); estudian *en* aldeas. Uno puede estudiar diferentes cosas en diferentes lugares, y en localidades confinadas se pueden estudiar mejor algunas cosas...

\*Esta clase de material producido en largos plazos, con amplia participación del estudioso y realizados en contextos confinados y con criterios casi obsesivamente microscópicos, es lo que puede dar a los megaconceptos con los que se debaten las ciencias sociales contemporáneas -legitimidad, modernización, integración, conflicto, carisma, estructura, significación- esa clase de actualidad sensata que hace posible concebirlos no sólo de manera realista sino, lo que es más importante, pensar creativa e imaginativamente *con* ellos<sup>20</sup>.

Que MORLEY haya observado el contexto puede haberle llevado a alejarse demasiado de su punto de partida en el primer libro: el texto y la fuerza que puede tener para influir en la mente de las personas. Él prefiere el modelo de la \*lectura preferida+ por el autor. Pero que él sostenga este punto de vista no quiere decir que lo haya desarrollado en concreto cuando ha analizado el contexto. Es el punto que debía trabajar más: texto, audiencias concretas y contexto. De esta manera, no se le escapará el problema del poder, que parece esfumarse en sus estudios sobre el contexto. Él mismo se da cuenta de que un sujeto puede tener posiciones inestables y provisionales sobre muchos asuntos y, a la vez, buscar una coherencia en su vida. Porque si el sujeto estuviese abierto totalmente a las contingencias, sería un juguete en manos de los autores de los textos y de las agendas.

Deseo acabar apuntando a otro aspecto del trabajo de MORLEY que me parece excelente: su dominio de la entrevista como técnica de investigación le ha hecho un agudo observador de la realidad. Y esto se le nota, cuando comprueba las diferencias entre telespectadores reales y críticos; o cuando sabe distinguir entre lo que los telespectadores dicen y la realidad: como sostiene la Teoría del \*tercer efecto+, parece que los medios tienen fuerza para todo el mundo, menos para quien expone sus puntos de vista sobre los medios (Capítulo 35). También se da cuenta de que, aunque empleen términos parecidos, las Humanidades preparan para ver la realidad de un modo selectivo: procesos lingüísticos del texto. Las Ciencias Sociales también \*focalizan+: condiciones sociales, políticas y económicas dentro de las cuales los textos se producen y consumen.

En unos tiempos como los nuestros, en que tanta gente no quiere ver la realidad como es, MORLEY sabe examinarla y no le hace ascos. Si sigue mirando la realidad, y se despreocupa de lo que puedan decir sobre él -incluso al precio de no escribir durante una temporada artículos para complacer- podrá seguir ofreciéndonos más ventanas a la realidad. Para lograrlo, pienso que tendrá que seguir él -o quienes deseen continuar su trabajo- estudiando más y más formas de ver géneros de TV en el ámbito familiar y, ) por qué no?, en otros ambientes: residencias, bares, auditorios especialmente dispuestos para seguir debates...

Que esto sea posible depende de que algunas empresas e instituciones estén dispuestas a pagar esos trabajos. MORLEY se queja de que le resulta difícil encontrar financiación. Quizá tenga que aprender las destrezas para encontrarla.

---

<sup>20</sup> GEERTZ, C.: \*Descripción densa: Hacia una teoría interpretativa de la cultura+. En GEERTZ (1995) Pp. 33 y 34.

