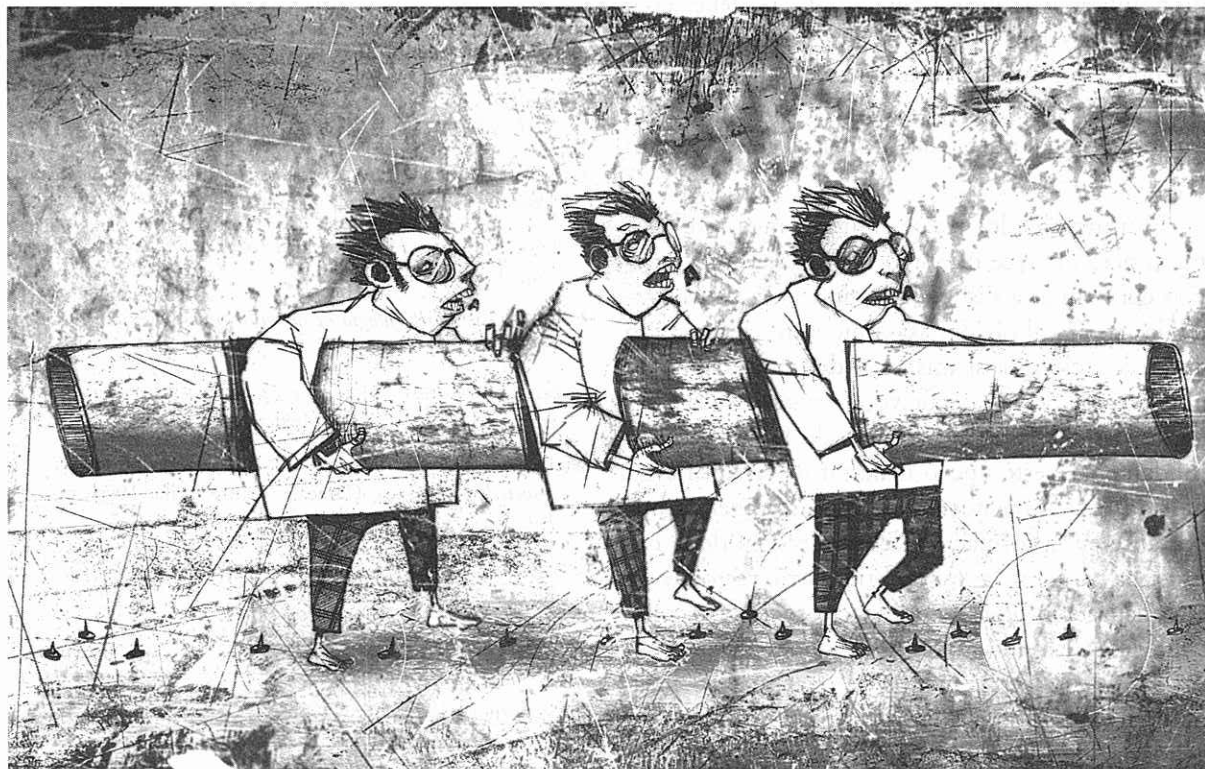


Pasos hacia una ecología de la recepción



Introducción

La representación de la comunicación con el emisor como exclusivo agente activo del mensaje experimenta una continua transformación a partir de la segunda mitad del siglo XX, y es algo que especialmente afecta a los campos del arte y a los medios de comunicación. La autoría y su atributo de originalidad autónoma individualizada sufren los incesantes embates de la acción de una producción industrial, donde el proceso sistémico y colectivo se impone. Sólo la firma del supuesto

.....
* Licenciado en Sociología y en Ciencias de la Información (periodismo) de la Universidad Complutense de Madrid y Doctor en Sociología de la Universidad Nacional de Educación a Distancia, UNED, España. Profesor titular del Departamento de Sociología I de la UNED. Correo electrónico: mcallejo@poli.uned.es

creador, con su proyección mercantil subordinada a los derechos de la edición (*copyright*) hasta confundirse como propia firma comercial, sobrevivía a lo que, desde algunas perspectivas, puede considerarse degradación del lugar del autor.

Los nuevos desarrollos tecnológicos en el ámbito de la comunicación no hacen sino ahondar la quiebra del lugar que el autor labró durante el siglo XIX. La autoría está reducida a lugar en la red o al contenido digital, como parte de un catálogo en el que el anterior creador no parece tener nada que decir. Entonces, las producciones circulan, salvo excepciones, en el anonimato, a disposición del receptor. Así, nos encontramos sumidos en la paradójica situación de que el medio de comunicación que en mayor medida está inserto en la lógica publicitaria, como es Internet¹, difumina el lugar de los autores en favor de los contenidos. En un espacio donde todo mensaje toma las características de un anuncio, es el consumidor-receptor el que asciende a un supuesto lugar dominante, como evidencian las redes P2P (persona a persona), en las que se enlazan los consumidores de música, películas, etc. de manera gratuita. Algo que, por otro lado, la industria cultural no parece dispuesta a tolerar, al tomar como principales argumentos el de los derechos de autor —gestionados en la red por las grandes corporaciones de la industria cultural— y el de la propiedad intelectual.

El lugar dominante del autor puede considerarse una circunstancia histórica breve. Su firma es un registro que roza lo anecdótico, desde una visión amplia de la circulación de cosas y mensajes. Aquí se desea subrayar el hecho de que el declinar del lugar del autor ha tenido una de sus fuentes en el reconocimiento de los receptores. Un reconocimiento en el que han ido de la mano los intereses industriales y los teóricos. Por un lado, la industria de la comunicación masiva se encuentra ante la necesidad de producir una demanda y, por lo tanto, darle mayor papel en el propio proceso de producción de mensajes.

Por otro lado, aun cuando articulado con el anterior, la teoría y la investigación empírica enfocan su búsqueda en los receptores a la hora de explicar el proceso de creación de los mensajes. La recepción pasa paulatinamente, aunque sin cesar, desde

una posición terminal en el proceso creativo, como mero eco, a las propias condiciones del proceso creativo. Es más, entender la recepción se ha convertido en un requerimiento que atraviesa campos tan aparentemente dispares de las ciencias sociales como la filosofía, la lingüística, la psicología, la mercadotecnia, la sociología de la comunicación, la economía, la política, la historia o la antropología. Se ha convertido en un ámbito de encuentro y disputa. Un objeto complejo del que cabe señalar sus múltiples niveles. Un objeto que requiere un enfoque tan amplio como sea posible.

La creatividad del receptor

Al incluir al receptor en el análisis de los mensajes y de los medios de comunicación, la observación se inclina por otras estructuras distintas a los propios textos: la situación de recepción y las estructuras cognitivo-perceptivas y evaluativas del receptor, así como las inscritas en los soportes del mensaje. La explicación del cómo de un texto ha de asumir, en especial, las últimas estructuras del proceso de la recepción. Se pueden considerar sus estructuras materiales últimas, en cuanto se tiene que el receptor concreta y materializa el mensaje. Éste es un cambio epistemológico que significa un reemplazo del modelo de comunicación, por no ser ya útil el derivado de la teoría matemática de la información² o, como lo denomina Sfez,³ el del juego de billar, que tiene en el receptor la última bola que es impulsada por otras. Pero ¿hasta qué punto lo producido no ha sido una mera inversión del modelo anterior, de manera que en esta metáfora del billar encontramos al receptor como gran “tacto autónomo” que pone en movimiento al resto de bolas o elementos del sistema de comunicación? La metáfora anterior es la concreción de una idea mecánica de la realidad o, como podría entenderse, escasamente sistémica, es decir, que sitúa la atención en los receptores en el conjunto del sistema de las relaciones que la comunicación mediada pone en juego.

.....

- 1 Véase, Callejo, Javier, *Investigar las audiencias. Un análisis cualitativo*, Barcelona, Paidós, 2001.
- 2 Shannon, C. E. y Weaver, W., *Teoría matemática de la comunicación*, Madrid, Forja, 1981.
- 3 Sfez, L., *Critique de la communication*, París, Seuil, 1992.



Es cierto que han sido muy distintas las maneras de entender al receptor. En la mitad del siglo XX se impone la asunción creativa del receptor. Fundamentalmente, éste asumía las características con las que se dibuja al autor. Todavía tal manera de juzgar la obra literaria —y artística, pues es la perspectiva tomada— tiene una tendencia individualista. El receptor se ve como un individuo abstracto al que se adjudican unas estructuras, en las que la obra ha de integrarse. El paso es importante, pues se abre la obra de arte, siguiendo el término de Umberto Eco,⁴ a la recepción: la obra de arte queda configurada como la suma de sus posibilidades de interpretación.

Cercano a las teorías de la recepción estética, aun cuando con un constante esfuerzo por diferenciarse de ellas, y armado de concepciones fenomenológicas, nos encontramos con la obra de Iser,⁵ quien habla de teoría de la respuesta. Su concepción es que el lector realiza un trabajo de creación de la obra literaria. La obra es suya en todo el sentido que antes se atribuía, en exclusiva, al autor. La respuesta del receptor es también estética, es creativa. El problema de esta propuesta, como de forma velada deja entrever Iser en las primeras páginas de su *Act of Reading*, es su proyección empírica, al reconocer que no está avalada por un trabajo de investigación de campo. Si de la creatividad e intencionalidad del autor se pasa a la creatividad e intencionalidad de los lectores, con un especial acento en la subjetivización personalizada de la relación, se pierde el interés por las *referencias objetivas*; pero también por la posibilidad de cualquier conclusión. Se cierran las ocasiones de observación científica, pues, ¿de qué sirve conocer las respuestas, las intenciones, las creaciones, etc.

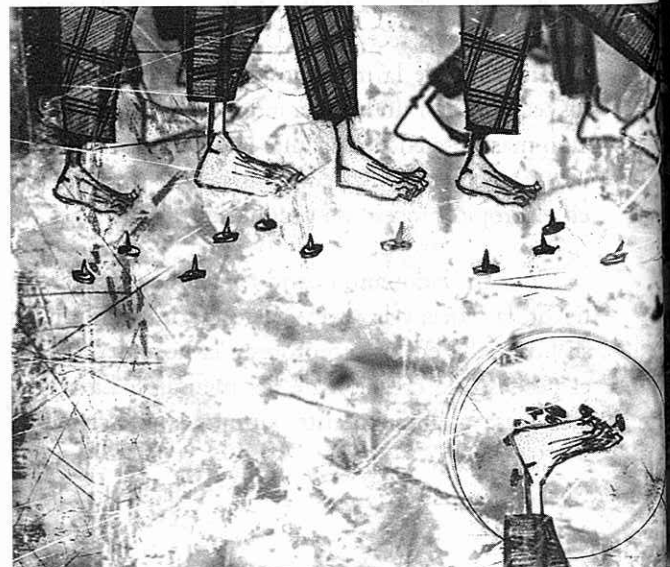
.....

- 4 Eco, Umberto, *Obra abierta*, Barcelona, Ariel, 1979.
- 5 Iser, Wolfgang, *The Act of Reading. A theory of Aesthetic Response*, Londres, Routledge y Kegan Paul, 1978.
- 6 Véase, por ejemplo, el interesante trabajo de Arnold Rothe, "El papel del lector en la crítica alemana contemporánea", en Mayoral, J. A. (comp.), *Estética de la recepción*, Madrid, Arco, 1987, pp. 13-27. Aun cuando es aconsejable el conjunto de la compilación.
- 7 Martin, J. H., *Historia y poderes de lo escrito*, Oviedo, Trea, 1999.
- 8 De la ya extensa obra de este autor, se destacan: Chartier, R., *Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna*, Madrid, Alianza, 1993; *Cultura escrita, literatura e historia. Coacciones transgredidas y libertades restringidas*, México, Fondo de Cultura Económica, 1999.

de un receptor individualizado? Si en la relación entre texto (medio/mensaje) no hay la representación objetivada de un mundo, ¿para qué la investigación? Sobre todo, ¿para qué la investigación social? ¿Dónde está la sociedad en la creatividad del receptor? Por otro lado, desde una teoría de la respuesta parece perderse la propia noción de estructura. La respuesta aparece como un elemento circunstancial. No obstante, desde el acento en la recepción las ciencias sociales tienen su más potente tarjeta de entrada en el campo de los procesos comunicativos. Máxime, una ciencia social empírica que parece superar la fase de interpretación sociológica, histórica, antropológica, política, etc. del texto, subordinada al texto. El lector, en particular,⁶ y el receptor, en general, se convierten en objetivo de la investigación.

El receptor social

Se ha dado una especie de vuelta. Si, como nos dicen buena parte de los historiadores de la escritura y la lectura, desde Henri-Jean Martin⁷ a Roger Chartier⁸ el autor inicial era un lector en el inicio de la modernidad, se pasa a la concepción del lector —receptor en sentido amplio con la incorporación de los medios audiovisuales— como autor. Pero, salvo raras excepciones, domina la idea de un lector alejado de las relaciones sociales, como si el aislamiento propio del acto de lectura en la época burguesa se hubiera naturalizado de tal manera que, proyectado en el análisis, encontrara obstáculos para establecer las relaciones sociales que implica.



Los estudios culturales, en la medida en que cabe ver cierta unidad en las numerosas y variadas investigaciones que se han hecho desde esta etiqueta, han hecho de las formas de recepción populares un modelo de práctica política, lo que previamente exige el paso de situar la recepción entre las prácticas sociales. La reivindicación del consumo de contenidos de los medios de comunicación de masas por parte de las clases populares, que había sido despreciado por el elitismo de corrientes críticas como la Escuela de Fráncfort, recupera el interés por las formas de recepción. Se acentúa que ésta no puede entenderse si no se pone en relación con otras prácticas, como hace Hoggart,⁹ uno de los fundadores de los estudios culturales británicos. No obstante, esta corriente desemboca en la concentración de la práctica de recepción en las relaciones de dominación, como una especie de instrumento político en tales relaciones. De las resistencias a una concepción activa y productora de la recepción se ha pasado, por una especie de movimiento pendular, al polo opuesto, a subrayar la autonomía del receptor.¹⁰ Movimiento que cabe calificar de regresivo, si se tiene en cuenta que la autonomía del receptor arrastra la de la propia práctica de recepción.

Desde el relevante papel adquirido por los medios de comunicación, la sociedad es principalmente una sociedad de lectores y receptores, y, desde un lenguaje más comercial, de audiencias. Tanto por la extensión de la alfabetización como por el propio uso de los medios escritos y audiovisuales, la recepción mediada atraviesa todas las relaciones sociales. Pero el vínculo con los objetos comunicativos se sigue viendo como algo incuestionable. De este modo, puede decirse que la lectura continúa siendo un concepto borroso,¹¹ en especial un concepto sociológicamente borroso cuando intenta ir más allá de la mera distribución de los mensajes de lectura y sus lectores o cuando se pregunta sobre las condiciones sociales que explican la lectura y sus formas y, a su vez, las relaciones entre los distintos tipos de lectura. Es decir, cuando tales formas de lectura son observadas como concreción de maneras de la sociedad. Tal visión ha sido ocasionalmente reclamada: "volver a situar la lectura y el texto leído en una historia de

la producción y de la transmisión cultural, es darse una posibilidad de controlar la relación del lector con su objeto y también la relación con el objeto que fue invertido en este objeto", nos dice Bourdieu.¹²

Ha de reconocerse que buena parte de esa labor ha sido llevada a cabo por los historiadores que se han preguntado por el significado del acto de lectura¹³ y que lo han puesto en conexión con la totalidad social. Ningún estudio social sobre la recepción puede prescindir de las aportaciones realizadas sobre las historias de las formas de leer en las civilizaciones occidentales y, sobre todo, de los objetos escritos. Sin intención alguna de exhaustividad, cabe señalar figuras, además de las ya citadas como Chartier o Martin, como las de Ariès y Duby. A partir de sus análisis se observa nuestra época moderna y otros tiempos a través de tales objetos y la relación con lo escrito.

A partir de tal perspectiva, desde el más antiguo soporte hasta internet o, más detalladamente, la pantalla que recibe los signos transmitidos a través de la red se convierte en un objeto más donde se encuentra lo escrito y la recepción. Un elemento adicional en una sucesión que atraviesa manuscritos, libros y diarios. Ahora bien, más allá de la sucesión, queda el análisis de los procesos de transformación, de los detalles que llevaron a una forma de recepción a imponerse a otra, a preguntarse

.....

9 Hoggart, Richard, *La culture du pauvre*, París, Minuit, 1970.

10 Véase, Jauss, H. R., "Pequeña apología de la experiencia estética", en *Saber*, No. 6, 1985, pp. 449-463, en el campo de la recepción literaria; y Fiske, J., *Reading the Popular*, Boston, Unwin Hyman, 1989, en el campo de la recepción televisiva. La crítica en este último campo puede encontrarse en Seaman, R., "Active Audience Theory. Pointless Populism", en *Media, Culture and Society*, vol. 14, pp. 301-311, y Kellner, D., *Media Culture*, Londres, Routledge, 1995. En el campo de la investigación de audiencias, quienes más han recalcado el carácter político de investigación recientemente han sido Ang, Ien, "Wanted. Audiences. On the Politics of Empirical Audiences Studies", en Seiter, E.; Borchers, H.; Kreuzner, G., y Warth, E. M. (eds.), *Remote Control*, Londres, Routledge, 1989, pp. 96-115, y Moores, Shaun, *Interpreting Audiences*, Londres, Sage, 1993.

11 Como subraya Crowder, Robert G., *Psicología de la lectura*, Madrid, Alianza, 1985.

12 Bourdieu, Pierre, *Cosas dichas*, Buenos Aires, Gedisa, 1988, p. 121.

13 Para una síntesis de los distintos momentos del acto de lectura en las sociedades occidentales, véase la notable obra compilada por Cavallo, Guglielmo y Chartier, Roger, *Historia de la lectura en el mundo occidental*, Madrid, Taurus, 2001.

cómo algo que estaba incorporado, al menos en algunas capas notables de la sociedad, fue desplazado para dar paso a otra manera dominante de la recepción. Estas preguntas ponen de relieve, siguiendo tal vez en exceso la metáfora evolutiva, la pertinencia de una ecología de la recepción. Es decir, preguntas sobre la sistémica relación de una forma de recepción con otras formas y, a la vez, con otras prácticas, a las que éstas se adaptan o las que aquélla adapta.

Así, la lectura silenciosa del despacho burgués apenas puede explicarse sin relación con un conjunto de prácticas del silencio, del trabajo individualizado o de una voluntad de aislamiento como formas de distinción; pero, también, como manera de recluirse de un ritmo social que se acelera, que apenas deja espacio para el encuentro entre mensajeros y receptores en lugares de acceso público.

Entre otros aspectos, los estudios históricos de la escuela francesa generan una recomendable toma de distancia (histórica) sobre el objeto, lo que ayuda a la relativización de los hallazgos y a buscar sus vinculaciones con el pasado, pues, como señala esta misma escuela, en cada etapa se ve que la forma lectura hereda formas de la anterior. Además, frente a la idea dominante de una lectura continua, destaca que las clases populares han sido partícipes de una lectura discontinua, despedazada, acomodada a rupturas e incoherencias.¹⁴ Así es como cada tipo de lectura aparece como producto de una adaptación a cada tipo de lógica práctica —siguiendo el término de Bourdieu¹⁵—, más allá de su clasificación en clases sociales y de su lugar en los procesos de enclasmiento y desclasmiento, a que tan habituados nos tiene este mismo autor.¹⁶

El paso de una historia del libro a una historia de la lectura, dados por parte de esta escuela, y, por extensión, a una historia de la recepción exige cambios conceptuales y metodológicos importantes. Es el paso de una historia cuantitativa, objetivista, centrada en los registros, a una historia centrada en los procesos materiales, los usos, las condiciones y, en general, la historia como fenómeno vivido que hace vivir una sociedad. La recepción es, sobre todo, una producción de sentido en su concepción más amplia.

En cuanto práctica de la recepción y la percepción, la propia lectura se sitúa en relación con otras prácticas, ya sean de los mismos o de otros dominios. Es más, es en la relación con otras prácticas como cabe establecer el vínculo del acto de la recepción con la totalidad social. Es una actividad que exige una historia de prácticas, piénsese en la inserción tanto colectiva como individual de las prácticas de disciplina hasta llegar a la lectura silenciosa; pero que, a su vez y en la medida en que se incorpora, se hace cuerpo y sirve de lógica para otras prácticas, hasta constituirse en la materia corporal del conocimiento. De ahí la importancia de saber qué tipo de lógica está reproduciendo e instituyendo y con qué otras prácticas se relaciona.

La materialidad de los medios

Toda recepción mediada se realiza porque existe un medio de comunicación. Algo que en principio parece obvio, pero que se olvida con mayor rapidez de la que cabe admitir. Así, el medio tiende a quedar entre paréntesis en las segundas generaciones de los estudios culturales, hasta volver a centrarse en la relación entre mensajes y receptores. El medio es la materialidad de la recepción por antonomasia cuando es anotado en el análisis como soporte o, como algunas veces se hace, como técnica. Es lo que puede tocarse, olerse, arrugarse, hasta interrumpir el código. Pero tal materialidad es denegada, como dice el psicoanálisis, cuando entra en juego el receptor. Tal vez esa tendencia se deba a la represión de la materialidad del medio que la obra de quienes la han puesto de relieve, como McLuhan, ha encontrado notables resistencias en las ciencias socia-



14 Véase Chartier, *op. cit.* Cuestión que nos avisa sobre la existencia y, además, copresencia de distintos tipos de lectura, frente a la idea de una lectura exclusivamente vinculada a una actitud ascética, como fruto de su propio nexo original con una vida religiosa ultramundana, tal como propone el antropólogo Jack Goody, en *La lógica de la escritura y la organización de la sociedad*, Madrid, Alianza, 1990.

15 Bourdieu, Pierre, *El sentido práctico*, Madrid, Taurus, 1988.

16 Véase la relevancia que adquieren estos procesos en Bourdieu, Pierre, *La distinción*, Madrid, Taurus, 1998.

les. Por un lado, los teóricos de la economía política no han sabido integrar la materialidad macluhiana de la práctica de la comunicación, en la que hay que reconocer una filosofía de la historia en clave tecnocomunicativa, en un discurso que está menos basado en una teoría del valor —núcleo de toda política económica, incluida la marxista— y más en una visión paranoica de los procesos, en la que de antemano ya se sabe quiénes son los buenos de la película —una mítica sociedad de inocentes consumidores-receptores o artistas-creadores-emisores— y quiénes los malos: las grandes corporaciones de la comunicación.

Por otro lado, el populismo de los estudios culturales¹⁷ ha ido pasando de situar la práctica de la recepción en el conjunto de prácticas sociales a la reivindicación de la recepción como punta de lanza de éstas, con dificultades para admitir las constricciones derivadas de la mediación del propio soporte en la relación entre mensajes y supuestos hiperactivos (políticamente) receptores. Si los primeros atan a los receptores a las estrategias de los propietarios de los medios de comunicación, los segundos abandonan la concepción del medio al fetichismo de la actividad del receptor, de manera que el media deja de mediar.

El conjunto de la obra de McLuhan, y en particular *La galaxia Gutenberg*,¹⁸ supone una ruptura formal y sustancial con el pensamiento sobre los medios de comunicación todavía vigente. En ésta se establece la trascendencia que ha tenido la palabra impresa para la cultura occidental y, por ende, para el conjunto de la humanidad: “la primera producción de masas”, en palabras del autor canadiense. Es más, dado el sentido de su obra, cabe interpretar la propia palabra impresa como uno de los factores que está detrás de la génesis de la sociedad de masas. El medio media con su materialidad: condiciones y posibilidades de uso. Pero, además, lo hace socialmente: configurando formas colectivas y comunes de recepción, así como formas de sociedad.

Siguiendo a McLuhan,¹⁹ el mundo moderno ha sido trazado por el método de Gutenberg y la sucesión lineal de la escritura. Sin embargo, el fu-

turo aparece con las características derivadas del dominio de otros medios de comunicación: simultaneidad tribal, frialdad y neutralidad de lo visual, recreación de una aldea global, etc. Primero fue el telégrafo; después, la televisión, y ahora internet aparece como un eslabón de tal futuro, si bien cabe establecer unas diferencias entre unos y otros medios, que apenas hizo el pensador canadiense. De hecho, el mismo internet puede considerarse, por un lado, una síntesis de lo que era el telégrafo y de lo que ha sido (y es) la televisión. Por otro lado, precisamente por ser una síntesis, cabe pensar en la producción de procesos comunicativos distintos.

Es cierto que McLuhan acentúa, tal vez en exceso, cierto fatalismo tecnológico, lo que lo aleja de la atención a la readaptación a otras prácticas, especialmente a las precedentes de recepción, como si la sucesión entre las propias prácticas de recepción fuera automática. En su obra no hay articulación entre prácticas, ni visión sistémica o ecológica de la relación entre prácticas de recepción. Su lapidaria frase “el medio es el mensaje” constituye el centro de su visión: “esto quiere decir, simplemente, que las consecuencias personales y sociales de cualquier medio (es decir, de cualquier prolongación de nosotros mismos) resultan de la nueva escala que se introduce en nuestros asuntos, debido a cada prolongación de nuestro ser o debido a cada nueva técnica”.²⁰



.....

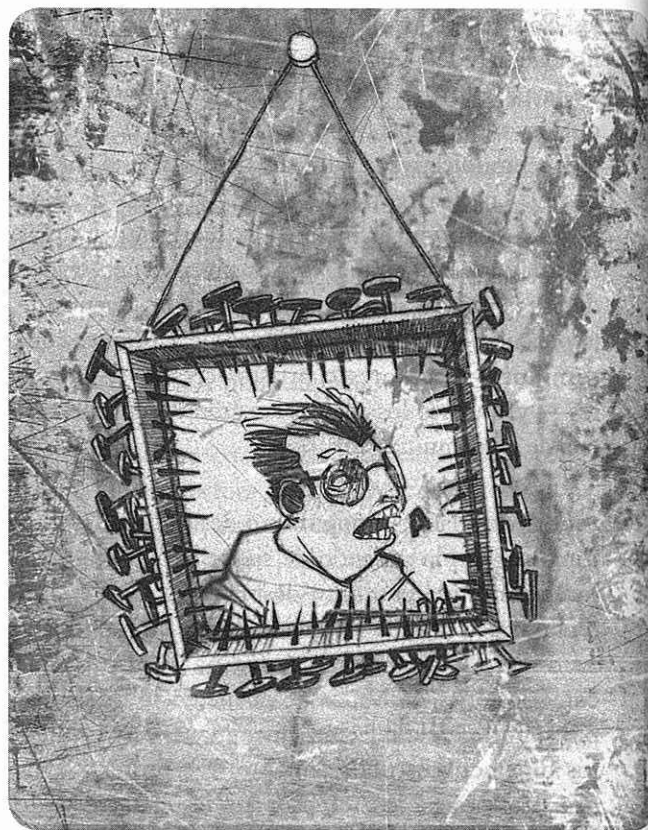
17 Seaman, *op. cit.*

18 McLuhan, Marshall, *La galaxia Gutenberg. Génesis del 'homo typographicus'*, Madrid, Aguilar, 1972.

19 Hay que señalar las relevantes secuelas de McLuhan en el entorno canadiense. Sin intentar convertir esto en una casa de citas, es obligado nombrar a autores: Havelock, Levinson, Valee o Frye, y más recientemente las obras de Ong y Kerckhove, sin olvidar el carácter precursor de la obra de Harold Innis.

20 McLuhan, Marshall, *La comprensión de los medios como extensión del hombre*, México, Diana, 1973, p. 29.

Cada dominio de un nuevo medio intensifica y extiende (*enhances*) alguna facultad de los usuarios, vuelve obsoletas otras (*obsolesces*), recupera algunas dejadas atrás (*retrieves*) y puede llevar a algunas más allá de sus límites potenciales (*reverses into*), como expone McLuhan en *Laws of Media*.²¹ Una evolución que, desde su perspectiva,²² lleva a los hombres desde una racionalidad lógico-matemática a un mayor dominio de los factores emocionales y, sobre todo, a una visión holística, que contrasta con la visión lineal-sucesiva de la escritura. Este cambio McLuhan lo condensa como un cambio de la dirección del hemisferio cerebral izquierdo por el hemisferio cerebral derecho; pero aquí interesa subrayarlo como marco para potenciar otras facultades comunicativas o, para distanciarnos de la adscripción sensorio-fisiológica de McLuhan, otras lógicas comunicativas. Es la línea que subraya Ong²³ y su concepto de *segunda oralidad*, en la que una nueva etapa comunicativa, dominada por un tipo de medios de comunicación (visuales electrónicos o digitales), se inscribe en una sociedad que ya ha experimentado la alfabetización literaria de manera extendida.



Relaciones ecológicas

Si el medio constituye la materialidad de la recepción, también tiene su medio ambiente, como lo muestra la relación con el ritmo de la sociedad. La recepción, especialmente la lectura, puede considerarse producto y, a la vez, base de los ritmos de la sociedad. La articulación, no siempre perfecta, entre ambos aspectos tiene su concreción fenomenológica en la tranquilidad de la ennoblecida biblioteca burguesa, con su pausada y pautaada lectura, y la ascética y rutinaria vida que Max Weber

.....

21 McLuhan, M. y McLuhan, E., *Laws of Media. The New Science*, Toronto: University of Toronto Press, 1988.

22 McLuhan, M. y Powers, B. R., *La aldea global. Transformaciones en la vida y los medios de comunicación en el siglo XXI*, Barcelona, Gedisa, 1990.

23 Ong, W. J., *Interfaces of the Word. Studies in the Evolution of Consciousness and Culture*, Ithaca (Nueva York), Cornell University Press, 1977 y Ong, W. J., *Orality and Literacy. The Technologizing of the Word*, Londres, Methuen, 1982.

supo ver en los primeros capitalistas; pero también en esa actual voluntad de lectura, como una voluntad de ser otro en otro lugar, que se relaciona con el trajín de los medios colectivos de transporte. Asimismo, en una falta de tiempo que impone lecturas rápidas, de mensajes claros, en soportes tan manejables como para hacer un último intento al acostarse, cuando acaba el día.

Cada uno de los anteriores ejemplos revela distintas demandas de medios de vida y de comunicación (al igual que adaptaciones entre ritmo social y recepción), así como distintas formas de lectura en las que inscribir mensajes. La materialidad del medio se evapora en su inutilidad si no se adapta a las condiciones sociales. Pero, a su vez, tal materialidad, en la medida en que es aceptada, se constituye en un substrato corpóreo para otras prácticas. Por ejemplo, la disciplina de la lectura —incorporada en la socialización escolar— se convierte en forma general de todas las disciplinas. Quien no sabe leer es sospechoso de falta de pautas, pues no ha incorporado la lectura pautaada.

Bien saben los actuales maestros las dificultades que entraña enseñar en un mundo infantil en el que la lectura de textos aparece relegada por la de imágenes. Aprecian, hasta sufren, la ruptura de buenas relaciones entre la ya tradicional lectura lineal, producto de un esfuerzo de la continuidad, y una sociedad aparentemente más adaptada al flujo de imágenes. Se vive cierta contradicción, como señalaba Daniel Bell,²⁴ entre la continua productividad industrial de la lectura en libros y el flujo continuo del consumo, especialmente si es el de la pantalla y en la pantalla, que tiende a imponerse al receptor. Pero no cabe duda de que esa forma de lectura intermitente, en la pantalla y de la pantalla, se ha erigido en nuestra forma general de recepción mediática. Una forma más apta para la veloz proyección de partículas lingüísticas, que para los grandes discursos, como denuncia Lyotard en su obra *La condición postmoderna*.²⁵ Así, se construye una sociedad sobre una forma de recepción, a la que se pide que se acabe adaptando la propia escuela, como hace el pedagogo Joan Ferrés.²⁶

Adaptación y readaptación incesante entre modos de sociedad y modos de leer. Parece que a falta de estudios empíricos más profundos, se concluye que a una sociedad desordenada le corresponde una lectura desordenada, como la que dibuja Armando Petrucci:

Comporta, sobre todo, una disposición del cuerpo totalmente libre e individual, se puede leer estando tumbado en el suelo, apoyados en una pared, sentados debajo de las mesas de estudio, poniendo los pies encima de la mesa (éste es el estereotipo más antiguo y conocido), etc. En segundo lugar, los "nuevos lectores" rechazan casi en su totalidad o los utilizan de manera poco común o imprevista los soportes habituales de la operación de la lectura: la mesa, el asiento y el escritorio. Pues ellos raramente apoyan en el mueble el libro abierto, sino que más bien tienden a usar estos soportes como apoyo para el cuerpo, las piernas y los brazos, con un infinito repertorio de interpretaciones diferentes de las situaciones físicas de lectura. Así pues, el nuevo *modus legendi* comprende asimismo una relación física con el libro intensa y directa, mucho más que en los modos tradicionales. El libro está enormemente manipulado, lo doblan, lo retuercen, lo transportan de un lado a otro, lo hacen suyo por medio de un uso frecuente, prolongado y violento, típico de una relación con el libro que no es de lectura y aprendizaje, sino de consumo.²⁷

No se trata tanto de la muerte de la lectura, ni incluso de un soporte como el libro que asiste a un vertiginoso crecimiento de su producción, sino de una forma de lectura, de una forma de recepción. Es más, desde una perspectiva cuantitativa, tal vez nunca se haya leído tanto como ahora. Son más los lectores, aun cuando sólo sea teniendo en cuenta la capacidad lectora derivada de la extensión alfabética. Son más los mensajes escritos. El medio ambiente se satura de mensajes y, lo que apenas se ha tenido en cuenta, de medios. La recepción no es una recepción definida por un único medio, por mucho que alguno sea dominante, sino por un conjunto de medios: el receptor, inserto en una estructura social y en una estructura de prácticas, su relación con una estructura de medios de comunicación.

Han de subrayarse los cambios que implica esta idea para el estudio de la recepción y de las audiencias, pues intenta alejarse tanto del fetichismo de la gran y maldita corporación (economía política) como del fetichismo de los actores activos e incluso de la estructura social (estudios culturales) o del fetichismo del propio medio, en el que pueden encuadrarse a autores como el propio Castells,²⁸ cuando en una metáfora excesiva configura la sociedad como imagen de la red internet. Por el contrario, se trata de una relación entre estructuras, donde lo que hay que observar es precisamente la relación entre las estructuras presentes en la comunicación mediada (social, mediática, de la propiedad de los medios) y no la observación del conjunto del sistema a partir de uno de los elementos. La recepción se configura así como una especie de fenómeno social que pone en juego a buena parte de la sociedad: la capacidad cognitiva,

.....

24 Bell, Daniel, *Las contradicciones culturales del capitalismo*, Madrid, Alianza, 1977.

25 Lyotard, Jean-François, *La condición postmoderna*, Madrid, Cátedra, 1984.

26 Ferrés, Joan, *Educación en una cultura del espectáculo*, Barcelona, Paidós, 2000. Para diversos ejemplos sobre la irrupción de las distintas máquinas de comunicar en la escuela, véase Perriault, Jacques, *Las máquinas de comunicar y su utilización lógica*, Barcelona, Gedisa, 1991.

27 Petrucci, Armando, "Leer por leer. Un porvenir para la lectura", en Cavallo, G. y Chartier, R. (dirs.), *Historia de la lectura en el mundo occidental*, Madrid, Taurus, 2001, p. 621.

28 Castells, Manuel, *La era de la información*, vol. 1, Madrid, Alianza, 2000.

las prácticas sociales e, incluso, económicas de los receptores, en mayor parte derivadas de su posición en la estructura social. Una recepción que conlleva la selección de determinados mensajes, lo que exige cierta negociación con el medio, entre la selección de un medio entre los medios de comunicación posibles, lo que, a su vez, exige una negociación práctica con todas sus posibilidades de acceso a distintos medios.

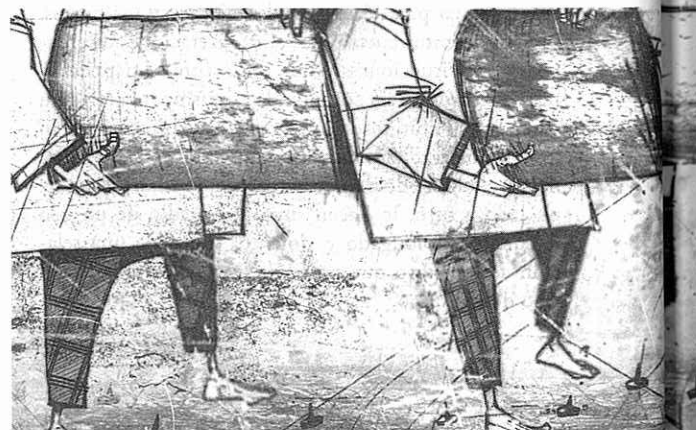
Las nuevas formas de recepción, en nuevos ambientes de mediación, se acentúan con la extensión de medios como los electrónicos y digitales. La lectura de texto y de imagen llega a un intenso encuentro. La práctica de recepción, aún reducida a un acto, anuncia consecuencias sociales notables que no pueden reducirse a cuestiones psicomotoras, por importantes que éstas sean, o a hacerse mero eco de la denunciada adicción a, por ejemplo, internet o a los juegos infantiles en el microcomputador. Con el paso del libro a estos otros medios, el mensaje añade a sus dos dimensiones espaciales, la temporal. Se hace de un tiempo que tiende a escaparse, como un fluido, lejos de la eternidad que estamos acostumbrados a adscribir a los sólidos libros de pasta dura. A partir de este acto, se revela todo un sistema social. De ahí, la necesidad de seguir los pasos hacia una ecología de la recepción, parafraseando el título de la obra de quien hacía de la ecología una propuesta epistemológica.²⁹

¿Qué sentido tiene hablar de ecología en la recepción? Más allá de la implicación entre unas prácticas (las de recepción) y otras, o de la lucha por la supervivencia entre distintas formas de recepción, ha de subrayarse, con Abraham Moles,³⁰ que el individuo recibe mensajes de su medio ambiente a través de los más diversos canales. El medio ambiente es, sobre todo, comunicacional: una fuente de mensajes que adquieren su valor a partir de la capacidad perceptiva de un receptor, que es el centro de la comunicación y no su lugar postrero. Si el

reconocimiento de la ecología medioambiental al uso adquiere su sentido al observarse la intrínseca, holística y sistémica relación entre hombre y naturaleza, la ecología de la recepción nace de la asunción de la intrínseca, holística y sistémica relación entre mensaje y recepción.

Como hombres, todos somos receptores. Al afinar el pensamiento ecológico en la recepción, se evita además la idea de una comunicación autónoma, extraña a los receptores, tanto desde su concepción teórica como desde sus intereses pragmáticos. Es, nada más y nada menos, que poner al hombre en el centro de la comunicación, especialmente cuando el dominio de una comunicación maquínicamente mediada puede llegar a vivirse como una imposición; pero teniendo en cuenta que los procesos de comunicación mediada se establecen sobre soportes materiales que impregnan, relanzan o contaminan a los mensajes y a su recepción. Tal vez nada nuevo bajo el sol de una ciencia de la comunicación mediada, que requiere reflexivas miradas a lo acumulado en su ya dilatada historia para ahondar en su proceso de institucionalización y, sobre todo, de conocimiento de la realidad que tiene por objeto.

La caja negra de la recepción fue abierta de par en par durante el siglo pasado, por eso vale la pena que las ciencias de la comunicación hurguen profundamente en su interior. Tal apertura fue liderada con los estudios de audiencias o de distribución de lectores. Toca ahora utilizar una concepción más sistémica, pues tradición teórica al respecto y capacidad de observación empírica no les faltan. A este respecto, se han dado aquí unos mínimos pasos, a los que la síntesis obliga, para conseguir una lectura tan atenta, como espera quien escribe, como rápida, a la que parece condicionado el lector actual.



29 Bateson, Gregory, *Steps to an Ecology of Mind*, Nueva York, Ballantine, 1990.

30 Moles, Abraham, *Teoría de la información y percepción estética*, Gijón, Júcar, 1975.



Conclusión

La atención que la industria de la comunicación y la investigación ha dado al lugar del receptor ha transformado notablemente los modelos o paradigmas del inicio de las ciencias de la comunicación. Pero puede decirse también que las formas dominantes de análisis todavía se encuentran deudoras de los modelos anteriores, sin la aportación de un modelo que no sea un reflejo simétrico del anteriormente dado por la teoría matemática de la información, con la novedad de que ahora se pone el inicio de las flechas de condicionamiento o determinación de la comunicación en el lugar ocupado por el receptor. Así, donde se ponía creatividad del autor o capacidad manipuladora del emisor, se ha pasado a creatividad del receptor o actividad de la audiencia.

Tras un sintético repaso de las principales formas de entender al receptor en el análisis de los mensajes y los medios de comunicación, con especial hincapié en la lectura, debido a la distancia

histórica de la que dispone la concreta recepción de la letra escrita sobre papel, se pone el acento en lo que se ha ido dejando por el camino en esa transfiguración del receptor. En especial, se subrayan dos aspectos que nos parecen relevantes: la materialidad de los medios y la creciente posibilidad de acceso a distintos medios de comunicación.

Se asume que los procesos de recepción —la relación entre el medio de comunicación y el receptor— no pueden ser los mismos si el medio, por ejemplo, permite cierta interactividad o se ha inscrito en una recepción individualizada o colectiva. Recuperar la materialidad del medio alude a la observación de la propia materialidad de la relación. Materialidad que, por otro lado, no deja de lado la posibilidad actual de acceso a una múltiple variedad de medios de comunicación. Asimismo, se asume que el receptor no sólo se relaciona distintamente con cada uno de los medios —sino que sus expectativas y usos son distintos en función del medio—, lo que nos impone el reto de analizar la recepción de la comunicación mediada en general como un sistema—con la posibilidad de incluir también las comunicaciones personales— en el que se articulan distintos medios, distintas lógicas y distintos intereses. Por ello se incita al analista a pensar la recepción de los medios desde una perspectiva ecológica (1) en lo que tiene de afirmación a favor de la materialidad y riqueza de la diversidad, (2) en la reclamación de atención sobre los perjuicios del dominio de un único medio de comunicación y, también (3), en lo que tiene de necesidad de estudiar la recepción de maneras más complejas y menos unidimensionales.

Frente a la teoría de los efectos, no vale invertir la teoría de la actividad del receptor o el refuerzo de aquélla en clave de lo que sus autores denominan *economía política de los medios de comunicación*. Se requiere situar la recepción en un sistema complejo y concreto de la comunicación social, materializar esta práctica que, a su vez, se articula con la materialidad de las otras prácticas —no comunicativas, si se desean denominar así— de los distintos grupos de receptores, de sus lógicas prácticas.

Así, cada medio propone una diversidad de lógicas prácticas a las que los grupos de receptores se adaptan en mayor o menor medida, en función de sus propias lógicas prácticas cotidianas, de sus formas de trabajo, de relacionarse, de lo que hacen. Pero la adaptación se hace en un sistema donde se encuentra una estructura de distintos medios y otra estructura de propiedad de los medios de comunicación que tiende a inyectar sus intereses. Ajenas, distintas y, seguramente, opuestas, se trata de lógicas que articuladamente condicionan el sentido de la recepción, sin renunciar a la búsqueda del significado de la recepción en el sentido de la vida social de los sujetos. Un sentido de la vida social de los sujetos que es alimentado, en buena medida, por el sentido de la recepción. Se cierra así el círculo ecológico: analizar la recepción conlleva analizar tanto el conjunto del sistema de comunicación como el sistema social en el que se da tal relación de recepción. Sistema de comunicación y sistema social que cada vez es más difícil diferenciar. Si el medio ambiente de los sujetos está saturado de medios y mensajes, apenas tiene sentido diferenciarlo de su vida como receptores. Por ello, nos damos cuenta que la relación de recepción implica el conjunto del sistema social. Así es como la recepción cobra vida.



Bibliografía

- Ang, Ien, "Wanted. Audiences. On the Politics of Empirical Audiences Studies", en Seiter, E.; Borchers, H.; Kreutzner, G., y Warth, E. M. (eds.), *Remote Control*, Londres, Routledge, 1989, pp. 96-115.
- Bateson, Gregory, *Steps to an Ecology of Mind*, Nueva York, Ballantine, 1990.
- Bell, Daniel, *Las contradicciones culturales del capitalismo*, Madrid, Alianza, 1977.
- Bourdieu, Pierre, *La distinción*, Madrid, Taurus, 1998.
- _____, *Cosas dichas*, Buenos Aires, Gedisa, 1988.
- _____, *El sentido práctico*, Madrid, Taurus, 1988.
- Callejo, Javier, *Investigar las audiencias. Un análisis cualitativo*, Barcelona, Paidós, 2001.
- Castells, Manuel, *La era de la información*, vol. 1, Madrid, Alianza, 2000.
- Cavallo, Guglielmo y Chartier, Roger, *Historia de la lectura en el mundo occidental*, Madrid, Taurus, 2001.
- Chartier, Roger, *Cultura escrita, literatura e historia. Coacciones transgredidas y libertades restringidas*, México, Fondo de Cultura Económica, 1999.
- _____, *Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna*, Madrid, Alianza, 1993.
- Crowder, Robert G., *Psicología de la lectura*, Madrid, Alianza, 1985.
- Eco, Umberto, *Obra abierta*, Barcelona, Ariel, 1979.
- Ferrés, Joan, *Educación en una cultura del espectáculo*, Barcelona, Paidós, 2000.
- Fiske, J., *Reading the Popular*, Boston, Unwin Hyman, 1989.
- Goody, Jack, *La lógica de la escritura y la organización de la sociedad*, Madrid, Alianza, 1990.
- Hoggart, Richard, *La culture du pauvre*, París, Minuit, 1970.
- Iser, Wolfgang, *The Act of Reading. A theory of Aesthetic Response*, Londres, Routledge y Kegan Paul, 1978.
- Jauss, H. R., "Pequeña apología de la experiencia estética", en *Saber*, No. 6, 1985, pp. 449-463.
- Kellner, D., *Media Culture*, Londres, Routledge, 1995.
- Lyotard, Jean-François, *La condición postmoderna*, Madrid, Cátedra, 1984.
- Martin, J. H., *Historia y poderes de lo escrito*, Oviedo, Trea, 1999.
- McLuhan, Marshall, *La comprensión de los medios como extensión del hombre*, México, Diana, 1973, p. 29.
- _____, *La galaxia Gutenberg. Génesis del 'homo typographicus'*, Madrid, Aguilar, 1972.
- _____, y McLuhan, E., *Laws of Media. The New Science*, Toronto, University of Toronto Press, 1988.

- Mcluhan, M. y Powers, B. R., *La aldea global. Transformaciones en la vida y los medios de comunicación en el siglo XXI*, Barcelona, Gedisa, 1990.
- Moles, Abraham, *Teoría de la información y percepción estética*, Gijón, Júcar, 1975.
- Moore, Shaun, *Interpreting Audiences*, Londres, Sage, 1993.
- Ong, W. J., *Orality and Literacy. The Technologizing of the Word*, Londres, Methuen, 1982.
- , *Interfaces of the Word. Studies in the Evolution of Consciousness and Culture*, Ithaca (Nueva York), Cornell University Press, 1977.
- Perriault, Jacques, *Las máquinas de comunicar y su utilización lógica*, Barcelona, Gedisa, 1991.
- Petruci, Armando, "Leer por leer. Un porvenir para la lectura", en Cavallo, G. y Chartier, R. (dirs.), *Historia de la lectura en el mundo occidental*, Madrid, Taurus, 2001, p. 621.
- Rothe, Arnold, "El papel del lector en la crítica alemana contemporánea", en Mayoral, J. A. (comp.), *Estética de la recepción*, Madrid, Arco, 1987, pp. 13-27. Aun cuando es aconsejable el conjunto de la compilación.
- Seaman, R., "Active Audience Theory. Pointless Populism", en *Media, Culture and Society*, vol. 14, pp. 301-311.
- Sfez, L., *Critique de la communication*, París, Seuil, 1992.
- Shannon, C. E. y Weaver, W., *Teoría matemática de la comunicación*, Madrid, Forja, 1981.