





# **Análisis de recepción en América Latina:**

## **un recuento histórico con perspectivas al futuro**

Organización: NILDA JACKS (coordinadora/editora),  
AMPARO MARROQUIN, MÓNICA VILLARROEL  
Y NATALIA FERRANTE



Quito - Ecuador  
2011

**Análisis de recepción en América Latina:**  
un recuento histórico con perspectivas al futuro

Organización:

Nilda Jacks (coordinadora/editora)  
Amparo Marroquin  
Mónica Villarroel  
Natália Ferrante

ISBN: 978-9978-55-089-2  
Código de barras: 978-9978-55-089-2  
Registro derecho autoral: 035914

Portada y Diagramación  
Diego Acevedo

Impresión  
Editorial "Quipus", CIESPAL  
Quito-Ecuador

Los textos que se publican son de exclusiva responsabilidad de su autor.

# Índice

<b>Introducción</b>	9
Nilda Jacks/ UFRGS	
<b>Discurso de apertura</b>	13
De la “recepción” al “consumo”: una necesaria reflexión conceptual	
Fernando Checa Montúfar/ CIESPAL	
<b>Parte I</b>	19
<b>Miradas desde lo nacional</b>	
<b>Argentina</b>	21
La recepción no alcanzó: aportes para pensar una nueva agenda de comunicación	
<b>Bolivia</b>	45
El mundo real re-interpretado en los estudios de audiencia bolivianos	
<b>Brasil</b>	69
Pesquisa sobre audiências midiáticas no Brasil: primórdios, consolidação e novos desafios	
<b>Chile</b>	103
Chile: posibilidades y certezas de una geografía incierta	

<b>Colombia</b>	131
Los estudios de recepción en Colombia: De las mediaciones -otra vez- a los medios	
<b>Ecuador</b>	167
Ecuador: un análisis de los estudios de recepción a inicios del siglo XXI	
<b>El Salvador</b>	205
Así en El Salvador, como en Centroamérica: las audiencias invisibles	
<b>México</b>	227
México: la investigación de la recepción y sus audiencias. Hallazgos recientes y perspectivas	
<b>Puerto Rico</b>	267
Los estudios de recepción: una necesidad en la agenda de la investigación en comunicación en Puerto Rico	
<b>Uruguay</b>	299
Enfoques de la recepción en el Uruguay	
<b>Venezuela</b>	331
Estudios académicos venezolanos sobre recepción y audiencias en medios de comunicación	
<b>Una experiencia peruana</b>	353
¿Receptores o Ciudadanos? Investigar desde la acción transformadora	

<b>Parte II</b>	<b>375</b>
<b>Hacia una agenda Latinoamericana</b>	
La condición comunicacional contemporánea. Desafíos latinoamericanos de la investigación de las interacciones en la sociedad red Guillermo Orozco	377
Una agenda metodológica presente para a pesquisa de recepção na América Latina Maria Immacolata V. de Lopes	409
Audiencias y recepción en América Latina Valerio Fuenzalida	429
Reubicando el campo de las audiencias en el descampado de la mutación cultural Jesus Martín- Barbero	451
<b>Los Autores</b>	<b>463</b>

# Audiencias y recepción en América Latina

Valerio Fuenzalida

La nueva revisión impulsada por Nilda Jacks al estado de los estudios de audiencia y recepción en América Latina es una feliz iniciativa y muy necesaria, en una región donde los estudios regionales en temas de Comunicación Social son escasos. En el hecho, el presente estudio y el estudio iberoamericano de Obitel (con una continuidad inusual de cinco años) parecen constituir los raros ejemplos actuales.

En este comentario quiero llamar la atención hacia un aspecto que brota de una lectura conjunta de los textos singulares: la necesidad de incorporar en la Teoría de la Comunicación ángulos que emergen desde la recepción. Cuando Eliseo Verón señalaba que el principal significante del lenguaje audiovisual era “el cuerpo significante” o “cuerpo semiótico” (Verón, 2001) apuntaba a que el receptor y la audiencia están representados semióticamente dentro del lenguaje audiovisual. La estructura sígnica de origen peirceano incluye al receptor dentro del signo, y no como un lector externo al lenguaje. El concepto de implicación del receptor al interior del lenguaje abre una amplia temática tanto para el análisis de cada lenguaje como para la historia evolutiva diacrónica de ellos, y ciertamente, como ya ha sido realizado, para la representación de las audiencias al interior de los textos; el aporte de Verón retrotrae la implicación un paso más atrás de los textos y géneros: hacia los lenguajes. La implicación

de la audiencia (y la posibilidad de interacción) no solo ocurre con los textos singulares sino previamente con los lenguajes. Y esto plantea analizar qué tipos diferenciales de implicación ocurren en los diferentes lenguajes, con diferentes relaciones con el receptor, y las consecuencias para la comunicación. El análisis de la implicación apuntará a que algunas relaciones de recepción están, entonces, inscritas nuclearmente ya en los lenguajes, y por tanto tienden a interactuar (de modo no determinístico) con algunas competencias activas de la audiencias.

Conceptualmente entenderemos audiencias como sinónimo de receptores: personas y grupos sociales, en tanto **sujetos**; en cambio recepción se entenderá como los **procesos interactivos** que entablan esas audiencias con los textos y lenguajes, en tanto practicantes y usuarios. En los párrafos siguientes desglosaremos la recepción mirada sucintamente desde los lenguajes, los géneros, y la psicología de la percepción.

## 1. Los receptores implicados en los lenguajes

Un primer aspecto que debería incluir una más completa Teoría de la Comunicación es la mirada a la evolución histórica de los lenguajes humanos y de las relaciones entabladas con los receptores. El análisis histórico-semiótico de los lenguajes muestra **cinco grandes etapas** con diferentes signos de comunicación y con diferentes relaciones con el receptor. La primera etapa del lenguaje humano comunica con **señas facial-gestuales**, producidas concreto-corporalmente, emitidas presencialmente y sin mediaciones tecnológicas; la comunicación con ademanes tiende a implicar al grupo humano receptor hacia eventos colaborativos, básicamente procurarse el alimento, defensa de peligros, emparejamiento, y cuidado del grupo; **la comunicación facial-gestual implica emocionalmente al receptor con una intención pragmática** (Stokoe, 2004; Wilson, 1998); el cerebro humano desarrolló durante miles de años capacidades especiales para interpretar la emocionalidad y el carácter pragmático de los signos

facial-corporales: el centro cerebral de la amígdala lee emociones en rostros (amistad, amor, enemistad). La imagenología muestra que el cerebro humano no percibe el entorno social y humano con una escala proporcional según la geometría euclidiana, sino que amplifica enormemente ciertas zonas como el rostro humano y la mano (que llegan a ocupar las tres cuartas partes del mapa perceptual). También la imagenología ha mostrado que el autismo está relacionado con una inactividad cerebral ante rostros humanos; la incapacidad de relación pragmático-emocional está asociada a la incapacidad para percibir rostros. Tales competencias neurocerebrales acerca de la gestualidad emocional parecen estar en la base de la universalidad de las lecturas emocionales inferidas desde el rostro humano, constatadas por años en los trabajos de Paul Ekman (2006).

Los signos facial-gestuales percibidos ocularmente implican destacadamente aspectos emocional-pragmáticos en la interacción emisor-receptor. Es la primera versión -sin mediación tecnológica- del cuerpo signifiante. La primacía de la gestualidad permite presumir que la expresión corporal fue la primera forma de manifestación artística en conjunto con ritmos y sonidos primitivos, aún pre lingüísticos. De allí se evoluciona hacia la danza primitiva, manteniendo ésta las vinculaciones hacia los aspectos emocionales y pragmáticos entre emisores y audiencias.

Miles de años en la evolución humana suscitaron cambios somáticos que van a permitir que el lenguaje oral aparezca unos 130 mil años antes de Cristo; el tamaño del cerebro alcanza los 1.400 cc. permitiendo el desarrollo de las áreas necesarias para los procesos de simbolización, y la postura erecta de la cabeza posibilita la fonación en la laringe. Se inicia la segunda etapa en la evolución de los lenguajes con la **oralidad primaria** (oralidad sin lecto-escritura) donde la interacción comunicacional se realiza a través de signos fónicos abstractos y transeúntes; los signos vocálicos, por una parte son emitidos fónicamente,

de modo que la gestualidad facial-corporal deja de ser el único signo comunicacional; la relación de gestos visibles (gestos+ojo) se conjuga con una interacción fónico-auditiva (Beaken, 1996). A diferencia de los signos gestuales que son percibidos visualmente, los signos fónicos involucran auditivamente a la audiencia: convocan – la voz que reúne. Por otra parte, los **signos fónicos son capaces de abstraer de la materialidad concreta y singular permitiendo encaminarse hacia la abstracción y la generalización conceptual**. Nace la narrativa oral, e integrando a la gestualidad emerge la festividad lúdica y pública con sonidos musicales, canto, danza, y el teatro; todas actividades que implican a las audiencias (Ong, 1993).

Desde el año 3.200 AC se ensaya en Sumer con los números, acentuándose el proceso de abstracción generalizante desde lo concreto singular. Durante el primer milenio AC se expande la tercera etapa de la **lecto-escritura** que objetiva los signos fónico-auditivos en números y letras, signos también abstractos, pero ellos son percibidos nuevamente de modo visual; la objetivación independiza el texto de la presencia del receptor y permite su difusión (la narración oral se escritura, aparece el libro manuscrito); los signos abstractos impulsan la aritmética y la matemática, la gramática, la abstracción científica y filosófica. En el siglo XV DC, la industrialización del libro por la imprenta masifica no solo los textos sino una recepción de lectura individual silenciosa y la interpretación personal del texto; el lenguaje lecto-escrito en fuerte expansión por la tecnología da un gran impulso a la novela, a la escuela, a la prensa escrita, los derechos individuales, la crítica a la monarquía y la lucha por la democracia política.

La cuarta etapa del cine y la televisión crea el **lenguaje audiovisual** producido tecnológicamente en textos dinámicos; se reintroducen los primitivos signos concretos y gestuales, pero ahora ya no interactúan presencialmente sino al ser producidos tecnológicamente, **implican a la audiencia con una**

**representación semiótica de carácter icónico-indicial.** El “cuerpo significante” está mediado por la tecnología audiovisual, pero la gestualidad percibida visualmente conserva la implicancia emocional, acentuada por la musicalización. La vocalidad de la radio y del audiovisual introduce la segunda oralidad convocante (oralidad radiodifundida, música popular masificada, narrativa audiovisual). La etapa audiovisual provoca una enorme crisis con el logocentrismo escrito imperante por 2.400 años en la cultura occidental. Las audiencias están menos implicadas en sus competencias de abstracción conceptualizadora, y al estar representadas por signos icónico-indiciales se acentúan las relaciones emocionales de reconocimiento o desconocimiento, de identificación o lejanía afectiva. La corporalidad humana representada como espectáculo dinámico (y exhibida visualmente en pantallas enormes) y en una narrativa en historias singulares disuelve la abstracción conceptual acerca del erotismo y lo representa en cuerpos concretos que implican procesos emocionales de reconocimiento e identificación.

En la quinta y actual etapa, el **lenguaje digital** introduce la convergencia multimedial, la ubicuidad en la emisión/recepción, y la interconexión global; el complejo nuevo lenguaje implica al receptor -menos como audiencia- más bien como un activo **operador multimedial capaz de construir redes virtuales**. En las dos últimas etapas se produce un nuevo descentramiento desde la obra hacia la actividad del receptor (Crowley & Heyer, 1997; Briggs & Burke, 2002). Con los videojuegos ocurre la máxima operatividad del usuario, y el concepto de receptor se difumina aún más. Si el lenguaje audiovisual concreto relativizaba desde la imagen singular la abstracción conceptual, el lenguaje digital operativo individual y globalizante cuestiona la autoridad magisterial expresada en textos de valor universal. Ese cuestionamiento a la autoridad de los mayores –autoridad propia en las etapas de memoria oral- se refuerza por la facilidad que los jóvenes y niños tienen para dominar las tecnologías audiovisuales y digitales.

## 2. La representación icónico-indicial en el audiovisual

Pero el modo de implicación del lenguaje audiovisual junto a su masificación global y a su convergencia digital amerita algún mayor desarrollo. Desde la fotografía hasta la imagen audiovisual dinámica, la tecnología ha introducido una representación del receptor inédita: signos producidos tecnológicamente (no por la operación humana de producción plástica) con un carácter icónico-indicial, los cuales por la propia tecnología reproducen huellas de la realidad registrada (Schaeffer, 1990; Carlón, 2006). Tal indicialidad ha fundamentado las teorías "realistas" acerca del audiovisual. Pero, por otra parte, el cerebro humano tiene un diseño interno propio que lo hace diferencialmente sensible al cuerpo y rostro humanos y al movimiento; el lenguaje facial-corporal es interpretado emocionalmente por las competencias neurocerebrales del receptor; y tal interacción afectivo-emocional, en la edad del audiovisual es mediada tecnológicamente: masificada cuantitativamente y amplificada cualitativamente por las resonancias propias de los nuevos medios expresivos. La neurociencia cerebral ha procurado otro golpe al racionalismo logocéntrico al sostener que la evidencia apunta a que la consciencia humana y la comunicación tienen un primer sustrato emocional, el cual es obvio en los bebés, pero que persiste toda la vida. El bebé, en efecto no tiene consciencia racional-lingüística pero tiene una consciencia emocional-corporal que comunica con gestos, gritos y ademanes para expresar necesidades y satisfacción. **La consciencia comienza como sentimiento**, según la formulación de Damasio (1990), y ella apunta no solo a una capacidad indispensable para vivir en los bebés, sino indispensable en toda etapa de la vida; la patología del cerebro muestra efectivamente que los sujetos dañados en zonas cerebrales procesadoras de la emoción –pero intactos en las zonas racionales– tienen graves problemas para desempeñarse en la vida laboral y cotidiana. Estas constataciones han originado los desarrollos temáticos primero bajo la denominación de "inteligencia emocional" (Goleman, 2001 - sintagma ya contradictorio para el

racionalismo ortodoxo), y luego bajo la teoría de las múltiples inteligencias (Gardner, 2003). El filósofo español Xavier Zubiri desde la especulación filosófica había avanzado hacia la formulación de la “Inteligencia Sentiente” (1980-1983), recibiendo una fría acogida; hoy esas especulaciones están sólidamente apoyadas por la neurobiología cerebral.

Los lenguajes no son homólogos. Tienen signos de naturaleza diversa y con implicaciones diversas hacia los receptores; se relacionan con diferentes competencias/necesidades humanas de las audiencias. Son relaciones mucho más amplias que meras diferencias en la sensorialidad perceptual.

Las consecuencias culturales de la representación indicial en el audiovisual son enormes, desde el paso macro social en Occidente desde la racionalidad abstracta al audiovisual emocional y a la operatividad digital, hasta la emergencia de la fotogenia, el erotismo, el *star system* audiovisual, las industrias culturales, etcétera.<sup>1</sup>

### 3. Los géneros audiovisuales y la representación del receptor

Los lenguajes se especifican en su ejercicio concreto en diversos géneros, que la cultura ha ido formulando, reformulando, adaptando e hibridando. Son *patterns* culturales de segundo nivel que formatean el primer nivel del lenguaje, y permiten la comunicación. En este párrafo solo nos limitaremos a exponer la representación del receptor en algunos géneros audiovisuales, ficcionales y factuales.<sup>2</sup>

- 
- 1 Ya se ha dicho que los lenguajes al implicar diversamente a las audiencias crean entornos culturales más favorables al desarrollo de algunas competencias humanas. La actividad del receptor al interactuar con los textos de los lenguajes excluye el determinismo lingüístico y textual; el manejo de diversos lenguajes y textos genera entornos culturales de mayor riqueza y perspectivas para las audiencias; en el hecho, hoy se abandona el concepto de “efecto” comunicacional (tomado de la física clásica determinista) y se prefiere el concepto de “influencia” comunicacional, más flexible y modulable socialmente.
  - 2 Acerca de la representación del emisor y del destinatario al interior del texto, ver: G. Mannetti. *Los modelos comunicativos y la relación texto-lector en la semiótica interpretativa*. En: Grandi R. *I mass media fra testo e contesto*. 1994. Lupetti, Milano. Texto y contexto en los medios de comunicación. 1995. Bosch. Barcelona.

- a) La manera de realizar programas de televisión segmentadamente dirigidos a niños está cambiando, de modo especial en relación a la **representación audiovisual del niño y del adulto al interior del texto**. Se constata una superación de aquel esquema estructural en donde un adulto conducía (presente inicialmente en la pantalla o con voz *off*) el programa televisivo infantil. Este modelo fue tomado de la escuela: el profesor adulto que enseña al niño, quien debe aprender pasivamente del adulto. En los programas televisivos realizados con este esquema escolar, el conductor-adulto era representado como “el profesor” o el “tío/tía”, con el vocabulario de la agencia escolar y parvularia. Los nuevos programas representan simbólicamente a niños en un rol activo y protagónico, emprendiendo actividades y tareas en donde se exhiben como capaces de iniciativa creativa y de resolución inteligente de problemas; las series animadas *Bob el Constructor* (Bob the Builder – UK 1999) y *Dora la Exploradora* (Dora the Explorer - USA 2000) son emblemáticas de estos cambios. Otro de los cambios más significativos es el ocurrido con la serie animada *Las Pistas de Blue* (Blue’s Clues - USA 1996); esta serie fue pionera introduciendo interactividad verbal con la audiencia, estimulando la capacidad de descubrir y de relacionar, haciéndose cargo del manejo de emociones y frustraciones en el niño. Pero los episodios eran conducidos por un joven no-animado (Steve, y luego Joe) que interactuaba con las audiencias infantiles; la serie fue discontinuada y dio paso al *spin-off El cuarto de Blue* (Blue’s Room – 2007) en donde desaparece el conductor y la perrita Blue asume la conducción de los episodios, permaneciendo la estimulación al desarrollo de la imaginación y otras capacidades.

El análisis de otros programas infantiles, especialmente animados, muestra otros esquemas estructurales recurrentes para la representación infantil. La televisión trabaja con esquemas lúdico-dramáticos que constituyen *patterns* generativos, en el sentido que están en la base creativa de

muchos programas; esos esquemas generativos constituyen formas lúdico-simbólicas de representación del niño al interior del texto. Aparece el esquema oposicional del “adulto torpe-niño hábil” y el esquema del antagonismo “fuerte-débil”, donde el niño débil vence al antagonista poderoso. Con estas formas de representación, el concepto del potencial formativo en televisión se ha ido disociando de los contenidos cognitivos y de las formas explicativas de la educación formal escolar (y por tanto de la representación televisiva del “profesor”), y **está representando más bien aspectos sociales y afectivos**, como protagonismo, inteligencia, habilidad, autoestima, autoconfianza en sus propias capacidades internas para enfrentar los desafíos del crecimiento y la superación de adversidades. Las nuevas producciones exhiben representaciones lúdico-indiciales de niños quienes protagonizan narraciones de acciones para lograr metas.<sup>3</sup> El supuesto es que el potencial formativo propio del lenguaje audiovisual es de carácter socio-afectivo (diferente al potencial conceptual-cognitivo propio de la escuela), y tal capacidad se podría lograr con mayor probabilidad a través de la identificación emocional del receptor infantil con la representación indicial de protagonistas infantiles (Fuenzalida, 2008). La eficiencia “educativa” de la comunicación estaría más en la posibilidad de **representar adecuadamente temas y actores indiciales (intentando suscitar identificación emocional de la audiencia)** que en una supuesta omnipotencia del texto sobre un niño, externo al texto, y receptáculo vacío y pasivo. La convergencia digital intenta actualmente suscitar a través de Internet interactividad y operatividad de las audiencias infantiles, acoplándolas a la pantalla televisiva.

**Más ampliamente, desde la recepción se ha producido un cambio enorme en la concepción de la capacidad educativa**

---

3 Así, estos patterns recuperan (y adaptan audiovisualmente) la antigua paideia griega en donde la formación valórica era propuesta por y desde la ficción homérica, paideia a la cual se opuso Platón propugnando el racionalismo conceptual (Jaeger, 1992. Ver especialmente: Libro primero cap. II; Libro tercero cap. II; cap. IX. La república III).

**de la televisión para adultos.** Algunas investigaciones etnográficas en el Hogar del adulto latinoamericano acerca del consumo e interpretación de programas televisivos muestran una expectativa educativo-cultural específica, muy acentuada en audiencias de sectores populares y medios; esta expectativa educativo-cultural no se relaciona con la escolarización formal de los niños ni con la capacitación sistemática de jóvenes o adultos – función instructiva que se considera propia de la Escuela y de otras agencias didácticas formales; la expectativa educativa, en cambio, está asociada con el **aprendizaje para la resolución de los problemas, carencias y adversidades que afectan en la vida cotidiana del Hogar** (Fuenzalida, 2005, 2007). Es en el contexto latinoamericano -con presencia masiva de receptores de televisión en el hogar pero con una importante presencia de la pobreza- donde se puede comprender la **relectura hacia aprendizajes educativos desde el interior de diversos géneros televisivos habituales**: periodísticos, docudramas, docurrealities, magazines para el hogar y ficciones telenoveladas.

En esta resemantización “educativa” por parte de la audiencia aparecen cambios conceptuales importantes. Por una parte, nuevamente se constata el desacople de la sinonimia de educación televisiva = escuela formal (sinonimia donde persisten anclados los Ministerios regionales de Educación), y aparece, en cambio, una expectativa de aprendizaje acerca de situaciones existenciales en el Hogar y resolución de problemas relacionadas con la vida cotidiana de las audiencias. La expectativa acerca de “lo educativo” está definida por la audiencia y no por agencias educativas, como el Ministerio de Educación.

En segundo lugar, el aprendizaje nuevamente ocurre desde el interior de la situación espacio-temporal de recepción-entretención y más por vía de identificación emocional que

por razonamiento analítico-conceptual; a diferencia de la enseñanza escolar y de la capacitación laboral, estas expectativas educativas situacionales están entretreídas con formas televisivas de entretención, y no con sistematizaciones curricularizadas. En estas formas televisivas, la representación testimonial particular (ficcional o real) es más valorada como educativa por la audiencia que las exposiciones conceptuales de expertos académicos, entregando reglas abstractas y generales. Las nuevas comprensiones de la bi-perceptualidad humana cognitivo-emocional reivindican la entretención en su potencialidad de agrado lúdico-reflexivo; la entretención es apreciada en su potencial aspecto productivo, como una experiencia exploratoria de otras posibles situaciones y conductas; tanto el lenguaje lúdico-afectivo-dramático de la televisión como su recepción cotidianizada en el Hogar popular rompen con mucha facilidad los compartimentos introducidos por la cultura analítico-apolínea entre entretención-información-educación.

- b) El segundo caso de representación del receptor en géneros audiovisuales se refiere a **géneros televisivos factuales donde comparece la política**.

En primer lugar, el hogar latinoamericano es la **situación de recepción televisiva**; el hogar es la situación objetivo-existencial del consumo, pero también del subconsumo y la vivencia de la pobreza, y de los malos servicios a los ciudadanos en educación, salud, seguridad, habitación y equipamiento barrial. Según la CEPAL, un 34,1 por ciento de hogares latinoamericanos vive en la pobreza, lo cual representa alrededor de 189 millones de personas que viven con menos de dos dólares diarios, de acuerdo al indicador del Banco Mundial; un 13,7 por ciento de la población –76 millones– vive en la miseria, con menos de 1,25 dólares diarios (CEPAL. *Panorama Social de América Latina 2009*). América Latina exhibe la mayor

desigualdad mundial en distribución de ingresos. También la región exhibe la mayor tasa de homicidios del mundo (ONU – Hábitat; OEA/CIDH – 2010): en América Latina hay 19,9 homicidios por cien mil habitantes; en América del Norte, 5,6; en Asia, 2,1; y en Europa, 1,2. Según el BID, la región exhibe la mayor tasa mundial de muertes en accidentes de tránsito: mientras el promedio mundial es de 17 muertos cada 100 mil habitantes, en América Latina se llega a 31 muertos cada 100 mil habitantes (BID – 2010). Encuestas regionales indican que la delincuencia ha pasado a ser percibida como el principal problema de la región (Latinobarómetro - 2010). La situación de recepción de la audiencia regional es muy diferente a la situación de la audiencia en Europa y los Estados Unidos. **La hipótesis general que comienza a emerger es que esta situación regional de recepción televisiva influye en la significación que la audiencia latinoamericana atribuye a la Política.** La investigación cualitativa de la recepción televisiva dentro del hogar está documentando que la política y los políticos tienden a ser evaluados en tanto contribuyen a mejorar la calidad de vida experimentada desde el hogar del ciudadano-televidente; calidad de vida que aparece en la misma televisión no solo en los comerciales sino en los estilos de vida exhibidos. Desde las vivencias existenciales en el hogar es que los ciudadanos-televidentes reinterpretan e interactúan con el concepto de política, el quehacer, y los desempeños de los políticos.

Sobre este fondo general constituido por la situación regional de recepción, los géneros televisivos formatean de modo diverso la representación de los actores de la política y las agendas temáticas. El actual verosímil del **género de noticieros centrales en televisión** está constituido por dos áreas generales de contenidos informativos (en tensión mutua): los acontecimientos extraordinarios que rompen el orden social rutinario (negativamente como accidentes, catástrofes, crímenes,

guerras, y otros; y positivamente como el evento extraordinario de carácter cultural, logro, resultado en competencias, etcétera) y **la representación competitiva de los sectores dirigentes de la sociedad**, especialmente políticos, pero también empresariales, religiosos, gremiales, y otros. La representación medial competitiva de los sectores dirigentes de la sociedad es propia de las sociedades democráticas, ya que bajo gobiernos dictatoriales no hay controversia medial acerca del buen o mal desempeño de los dirigentes; también en gobiernos dictatoriales la presencia noticiosa del desorden social tiende a ser eliminada, o atribuida a enemigos del régimen, o desplazada al exterior del país. En contextos económico-políticos competitivos, estas dos grandes áreas generales de contenidos tendrán mayor o menor presencia y sesgos, según las opciones editorial-ideológicas del medio y sus cálculos de sintonía. Los dirigentes sociales presionan estimando que el “deber ser” prioritario de un noticiario es la exhibición de su liderazgo y la publicidad de su agenda; en especial la clase política tiende a considerar políticamente relevante la información en donde ella comparece en competencia de protagonismo ante la ciudadanía-audiencia medial: el oficialismo, especialmente el gobierno ejecutivo, quiere aparecer exhibiendo conducción ante los problemas y, al revés, la oposición quiere acusar de incompetencia al oficialismo; cuando un medio público (como TVN en Chile) tiene la misión de entregar información política balanceada, el noticiario cambia desde un género de propaganda oficialista y culto a la personalidad hacia un género de representación plural de protagonismos en competencia.

Hoy semióticamente se reconoce que el género informativo entrega una representación limitada acerca de la política, focalizada en la competencia por el liderazgo y centrada en la agenda Gobierno/Oposición. Más que la explicación detallada de la prensa escrita, y de otros géneros políticos en televisión, la semiótica del noticiario central en televisión

privilegia la **representación de la política como lucha por el liderazgo en la conducción de la sociedad** (Moreno, 2002); representación personalizada y corporalizada de acuerdo con el signo audiovisual del cuerpo signifiante.

En géneros matinales (y otros) con secciones de servicio público, en canales regionales y comunitarios puede tener más presencia la agenda ciudadana: representar y visibilizar los problemas e intereses de ciudadanos con sus temas cotidianos y emergentes; en ellos puede más fácilmente comparecer la ciudadanía como actor activo, presentando, debatiendo e interpellando a diversos dirigentes: ministros, alcaldes, parlamentarios, funcionarios, para dar cuenta ante problemas concretos de la ciudadanía. Es mucho más posible en estos géneros hacer presente la interactividad de dirigentes con audiencias ciudadanas. En estos géneros **se representa la ciudadanía en su antigua acepción romana: los derechos del ciudadano** (Derecho Romano). Puede comparecer la exigencia de los derechos ciudadanos ante las autoridades; estas son representadas al servicio de ciudadanos; tal representación ayuda al control de la corrupción en empresas y de los políticos. Esta representación de la ciudadanía como sujeto exigente de derechos muy a menudo molesta a los dirigentes, que se resisten a comparecer en estos géneros televisivos; así mismo estos géneros a menudo son desvalorizados por académicos e intelectuales, ya que no representan debates ideológico-conceptuales.

Estos géneros pueden representar la actual **imbricación entre Oikos y Polis**, Hogar y Ciudad, ya que una enorme cantidad de problemas modernos requieren de un hogar activo para su resolución: los nuevos problemas de salud como obesidad, alcoholismo, droga, enfermedades de transmisión sexual, la calidad en relaciones afectivas, la violencia familiar, y otros como el rendimiento escolar requieren de un hogar activo. Hay géneros que pueden representar que Hogar, Política, y

Ciudadanía están imbricados. Nuevamente aparecen cambios político-culturales de gran magnitud, ya que el valor ciudadano de la vida privada cotidiana fue ignorado por la Ilustración, y hoy es recuperado por autores como Habermas (Hove, 2008), Giddens (1995), y Beck (Beck, 1993; Beck & Beck-Gernsheim, 2003).

Otros géneros televisivos tienen la capacidad de **representar a la política y a sus actores según su tradición griega: como deliberación**, esto es: argumentación ante conflictos, discernimiento, articulación de intereses. Estos géneros son muy importantes porque pueden elevar la calidad de la discusión política e incorporar a más actores con mayor diversidad de puntos de vista. Algunos noticiarios de fin de la jornada entregan una muy breve síntesis del día, y dedican la mayor parte del espacio a profundizar la agenda política diaria con puntos de vista diferentes; no es género de *headlines*, como los noticiarios, sino de discusión y deliberación, que puede ser de gran valor para la clase dirigente. Géneros de revistas semanales y debates pueden adquirir un importante peso editorial y convocar audiencias segmentadas de dirigentes sociales. La buena calidad de la discusión permite elevar la calidad del debate político, y el político puede ser representado como quien recoge y articula las mejores ideas y no solo como quien lucha por el poder. Son los espacios que permiten representar agendas de mediano y largo plazo, alejadas de la lucha diaria. Los Canales del Parlamento surgidos en América Latina para prestigiar al Parlamento en la época de la pos dictadura, en su mayoría son emitidos por cable – pocos en televisión abierta. La mayor parte de ellos no ha logrado prestigiar la labor parlamentaria; en las consultas regionales acerca de actores políticos, los parlamentarios son muy mal evaluados. Más bien han exhibido la tarea parlamentaria como espectáculo y show. No solo tienen escasa sintonía sino que no han sido capaces de construir interactividad con la ciudadanía.

Pero tienen la posibilidad de ser rescatados hacia una nueva finalidad: trabajando con representación social interactiva (presencial y digital) ampliar la deliberación con dirigentes sociales extraparlamentarios.

La representación de la deliberación permite, como decía Hannah Arendt, discernir con la máxima panorámica posible, pues en el contraste de todas las posiciones surge la realidad; cuando el tirano suprime los puntos de vista, se acaba el discernimiento, y no solo la libertad (Arendt, 2008).

Finalmente, el género televisivo de Gran Reportaje tiene la capacidad de representar **agendas políticas, levantadas por la investigación propuesta por los periodistas y analistas de la propia televisión**. Este periodismo de investigación en ciclos de 12-15 programas en alta temporada de televisión representa problemas políticos cotidianos y de mediano plazo: salud y situación de hospitales públicos, delincuencia y cárceles, droga y narcotráfico, prostitución, abusos, estafas a gran cantidad de afectados, temas debatidos como homosexualidad, etcétera. La variante de denuncia tiene el riesgo de una posible tendencia más bien a choquear a la audiencia que al diagnóstico y soluciones (la opción de algunos canales privados). Pero profesionalmente realizado, este género puede alcanzar gran masividad y tiene la capacidad de representar nuevos temas en la agenda social, e investigar en profundidad.

Según este análisis de la diversidad de la representación política en televisión, el concepto de calidad de la comunicación política por televisión no puede ser medida solo por la cantidad de horas del género noticiarios; una información televisiva con el atributo de completa (y por tanto la calidad informativa en un canal y en un sistema televisivo) se cumple a través de la oferta de otros géneros complementarios al noticiario, que profundizan en el acontecer, como entrevistas y debates, revistas semanales, reportajes en profundidad temáticamente

especializados, y otros. Estos otros géneros formatean la representación política de otras formas, completamente necesarias para la deliberación, la interactividad, y el derecho ciudadano a la *accountability*.

¿Cómo influirá Internet en este panorama actual de la representación televisiva en televisión? No cabe duda que la Web potencia la presencia ciudadana –¿más lecto-escrita que visual?– en exigencia de derechos, en denuncias, y multiplicar puntos de vista. La gran interrogante es si logra acceder a la masividad del audiovisual televisivo abierto, construir liderazgo hacia metas comunes, movilizar socialmente. En el hecho, las redes sociales, más allá de importantes conexiones en situaciones de emergencia, parecen adquirir visibilidad y significación social cuando son exhibidas por los medios masivos tradicionales: radio, televisión, prensa escrita.

#### **4. Los procesos psicológicos de recepción**

El interés en los **procesos realizados por el receptor audiovisual** ha conducido a reestudiar los aportes de la *Gestaltpsychologie* alemana, estudios interrumpidos por la Segunda Guerra Mundial (Kanitz, 1986; Aumont, 1992). Si bien ellos tuvieron por objeto inmediato la percepción humana del audiovisual cinematográfico, la masificación de la televisión ha obligado a un revival de ellos; posteriormente se ha estudiado el audio desde la perspectiva gestáltica (Rodríguez, 1998). En conjunto, ellos concluyen en **un sujeto receptor estructurador de los estímulos audiovisuales según las leyes humanas de percepción**, diferentes a la “percepción técnico-matemática” de una cámara fotográfica o de cine/televisión, y de un grabador de audio. El determinismo externo del estímulo audiovisual queda derogado y aparece un complejo constructivismo psicológico humano ante el dato. Las leyes de la construcción en figura y fondo, y de las constancias ante el tamaño, movimiento, continuidad, cromatismo, y otras, no están en el estímulo pre

perceptual sino que son construcciones humanas. Algunos estudios acerca de la percepción animal muestran también que la percepción no es igual en todas las especies, sino una adaptación ecológica diferencial para la sobrevivencia.

La sicología cognitiva ha entregado también nuevos aportes para la comprensión de las actividades del receptor. Las nuevas técnicas de investigación acerca de la actividad intra cerebral muestran que los datos aportados externamente por la visión perceptual ocular, antes de llegar a la corteza visual cerebral son procesados internamente con aportes provenientes de diversos centros cerebrales; tales aportes internos constituyen alrededor del 75 por ciento de la información final que llega a la corteza visual (Varela, 2001; 2005); **la percepción visual no es una mera recepción de datos externos, sino que se conecta con la información almacenada previamente en varios centros cerebrales**; nuevamente el determinismo de la información externa ya no es sostenible, sino que se refuerza la concepción de un constructivismo con elementos perceptuales-culturales previamente adquiridos. Desde la corteza visual la información se conecta en red con centros emocionales, de memoria, de sueño/vigilia, y otros. De ahí la concepción que nuestro procesamiento de información no es secuencial (como la lecto-escritura) sino en red; la percepción es una emergencia que ha interconectado múltiples informaciones, una de cuyas procedencias es la información perceptual externa.

Esta emergencia perceptual constructivista tiene analogía con la **percepción intertextual** que se constata en los procesos de recepción ante relatos audiovisuales. En efecto, el receptor no se expone a un relato desde un vacío cultural sino, por el contrario, desde una memoria cultural adquirida en su entorno y por la experiencia con textos previos, audiovisuales o escritos. La investigación de la recepción de las telenovelas muestra que las audiencias van acumulando una "memoria cultural" acerca

de las telenovelas; memoria construida a partir del visionado de pantalla, de la conversión familiar y grupal acerca de ellas, de los comentarios recogidos de la prensa escrita y de la propia televisión; ante las nuevas telenovelas que van apareciendo en la pantalla, las audiencias hacen, pues, elecciones motivadas y lecturas activas; son juicios que no están fundamentados en criterios técnicos o académicos aprendidos en la enseñanza audiovisual sistemática de la Universidad, sino basados en una memoria socio-cultural fragmentada en grupos y con estéticas sociales diversas, pero activamente operantes. Esta cultura intratextual e intertextual de la audiencia participa en la construcción de la evaluación de los nuevos textos y en las selecciones: pactos de lectura, preferencias, valoraciones y desvalorizaciones, expectativas, prejuicios, simpatías y antipatías, todos estos datos culturales intertextuales operan en la recepción formando una compleja red que interactúa para interpretar la percepción actual.

Otro elemento que destaca la psicología cognitiva acerca del procesamiento de la información es el **carácter pragmático** que le otorga el receptor/actor de la comunicación. La búsqueda de información y el procesamiento de la información perceptual por parte del receptor están orientados por una intención pragmática: tienen una orientación hacia resolver desafíos que presenta la vida cotidiana personal y social. La neurobiología muestra que el cuerpo anestesiado reacciona de modo diferente al cuerpo activo: la percepción está íntimamente ligada a la acción. La percepción del "mundo" no es solo para representarlo sino para actuar en vistas a vivir. La interpretación es el eslabón entre acción y percepción. La inteligencia no es solo entender sino resolver un mundo compartido (Varela et al., 1997). Nuevamente aparece aquí un cambio cultural de enorme proporción ante la cultura clásica occidental, de cuño logocentrista contemplativo; los griegos estimaban que "la vida de los hombres será feliz en la medida en que ella se asemeja a la actividad divina, que es

vida de pura contemplación” (Velásquez, 2002, 144). El lenguaje operativo digital presente de modo creciente en la actualidad es consonante con esta visión pragmática que la psicología cognitiva descubre en la búsqueda de información.

\* \* \*

Tenemos que felicitarnos que en los estudios publicados en este texto aparezca una importante presencia de nombres de estudiosos latinoamericanos que aportan a una teorización regional. Pero persiste el desafío de superar la (necesaria) investigación de casos y objetos de estudio con contornos delimitados, para avanzar hacia una Teoría de la Comunicación que incluya los aspectos que la recepción releva.

Una Teoría actual de la Comunicación debe asumir los aportes de la investigación de la recepción tanto en los procesos de interpretación, como en las condiciones de percepción que brotan de la neurociencia, de la psicología, de la semiótica, de la historia de los lenguajes. Sin representación intratextual no hay comunicación ni pragmática social. Anteriores teorías de la comunicación (y actuales prácticas políticas de comunicación) han ensalzado la lucha por el control de los medios para excluir la representación de amplios sectores sociales. La base teórica de tal lucha por el control excluyente de los medios era el supuesto poder omnipotente y determinístico de los textos sobre las audiencias pasivas y dóciles a los mensajes; el ideal político consonante era la uniformidad social y la intolerancia hacia la diversidad. La etnografía de la recepción, en cambio, ha constatado que los textos comunicacionales más relevantes son aquellos que suscitan conversación social de las audiencias. El ideal político consonante, entonces, busca cómo ampliar la presencia de la deliberación, la representación de la diversidad, la exigencia de *accountability* en los dirigentes/representantes; articulación de la diferencia en lugar de la uniformidad impuesta dictatorialmente. La semiótica muestra que los actuales lenguajes audiovisuales y digitales disponen de signos que implican aspectos emocionales, cooperativos, y operativos en las audiencias; la cultura digital que implica operadores

activos y creadores de redes difícilmente encaja con una concepción socio-política de la pasividad de las audiencias. El aspecto pragmático personal y social en una teoría de la comunicación es insoslayable, dado que los lenguajes implican a las audiencias en esa dirección. Una teoría de la comunicación que siga especulando acerca de la docilidad de las audiencias y en la construcción de hegemonías sociales pasivizantes está fuera de época.

En una mirada optimista, la humanidad occidental ha evolucionado hacia esta época en donde existen condiciones semióticas que pueden ayudar a construir una cultura que integre mejor las competencias/necesidades de abstracción conceptual generalizante, la emocionalidad relacional, y la operatividad pragmática.

#### **Referencias**

- Arendt H. *La promesa de la política*. Paidós. Barcelona. 2008.
- Aumont J. *La imagen*. Paidós. Barcelona. 1992.
- Beaken M. *The Making of Language*. Edinburgh University Press. Edinburgh. 1996.
- Beck U. *La invención de lo político*. FCE. Buenos Aires. 1993.
- Beck U. & Beck-Gernsheim E. *La individualización*. Paidós. Barcelona. 2003.
- Carlón M. *De lo cinematográfico a lo televisivo: Metatelevisión, lenguaje y temporalidad*. La Crujía. Buenos Aires. 2006.
- Damasio A. R. *Sentir lo que sucede. Cuerpo y Emoción en la fábrica de la Consciencia*. Ed. Andrés Bello. Santiago. 2000.
- Ekman P. (ed.). *Darwin and Facial expression: A Century of Research and Review*. Major Books. 2006.
- Fuenzalida V. "Cambios en la relación de los Niños con la Televisión". *Comunicar* N° 30, vol. XV, marzo 2008. Andalucía. 2008.
- Fuenzalida V. "Reconceptualización de la Entretención ficcional televisiva". *Fronteiras*. Vol IX - N° 1 - janeiro/abril 2007. Universidad de Unisinos. Brasil. 2007.
- Fuenzalida V. *Expectativas Educativas de las Audiencias Televisivas*. Ed. Norma. Bogotá. 2005.
- Gardner H. *Inteligencias múltiples*. Paidós. 2003.

- Giddens A. *Modernidad e identidad del yo*. Península. Barcelona. 1995.
- Goleman D. *Inteligencia Emocional*. Kairós. Barcelona. 2001.
- Hove T. "Understanding and Efficiency: Habermas's Concept of Communication Relief". *Communication Theory* 18. pp. 240-254. ICA. 2008.
- Jaeger W. *Paideia*. FCE. México. 1992.
- Kanizsa G. *Gramática de la visión*. Paidós. Buenos Aires. 1986.
- Moreno F. *Hybris y acción: la herencia de Homero en Aristóteles*. Tesis de grado en Filosofía. Pontificia Universidad Católica de Chile. 2002.
- Rodríguez Bravo A. *La dimensión sonora del lenguaje audiovisual*. Paidós. Barcelona. 1998.
- Schaeffer, J. M. *La imagen precaria. Del dispositivo fotográfico*. Cátedra. Madrid. 1990.
- Stokoe W. *El Lenguaje en Las Manos: Por Qué Las Señas Precedieron Al Habla*. Fondo de Cultura Económica. 2004.
- Varela F. *Conocer. Las ciencias cognitivas: tendencias y perspectivas*. Gedisa. 2005.
- Varela F., Thompson E., Rosch E. *De cuerpo presente. El perceptor/actor en el mundo*. Gedisa. Barcelona. 1997.
- Varela F. y Petitot J. *Naturaliser la Phenomenologie*. CNRS. Paris. 2001.
- Velásquez O. "Idea griegas sobre el alma y la divinidad: un análisis de la doctrina aristotélica". *Ars Médica*. Vol. 4 N° 6. Facultad de Medicina. PUC. Santiago. 2002.
- Verón E. *El cuerpo de la imagen*. Norma. Buenos Aires. 2001.
- Wilson F.R. *The Hand: how its use shapes the brain, language, and human culture*. Pantheon. New York. 1998.