

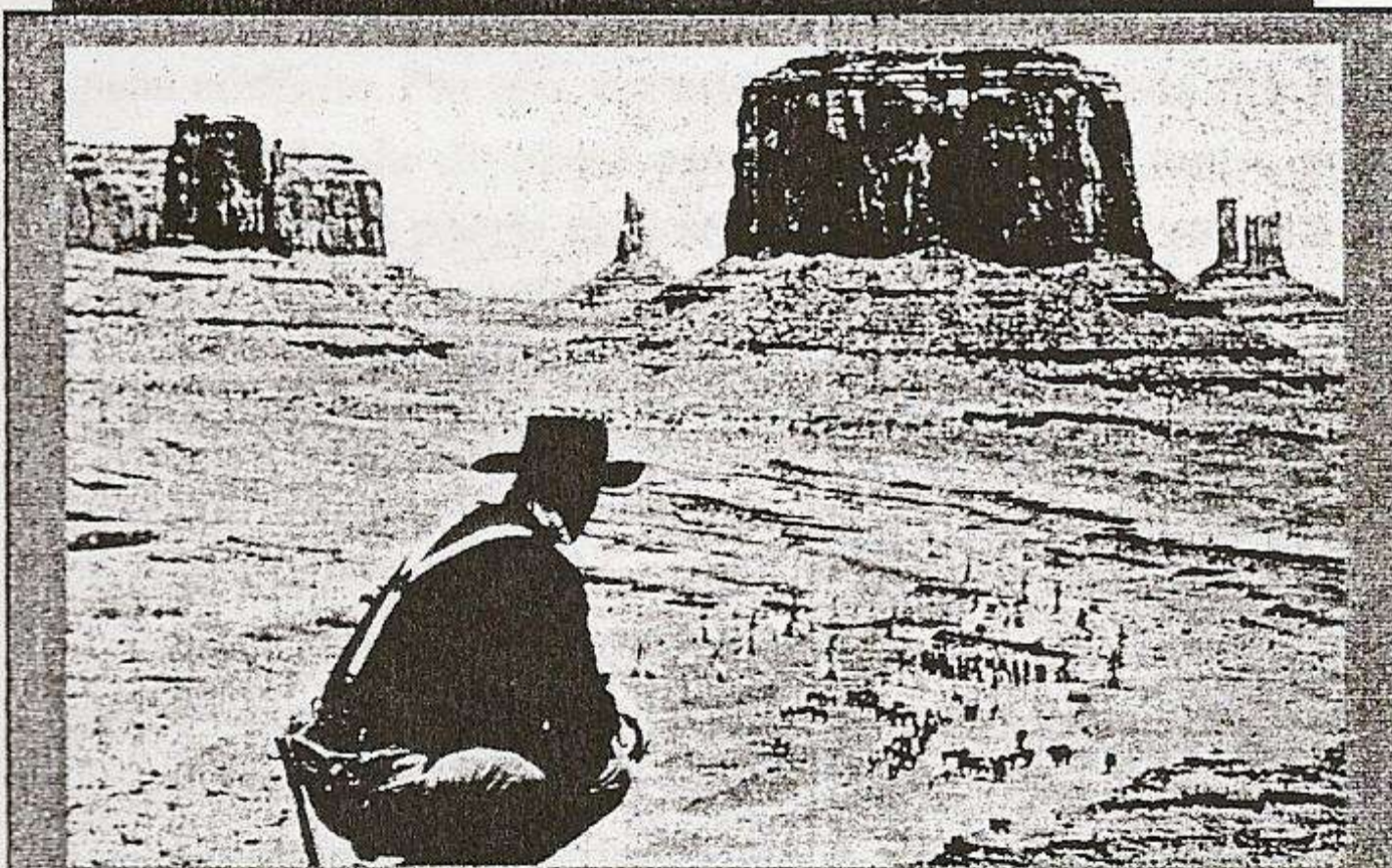
La Escuela de Frankfurt

A diferencia de la Mass Communication Research, los investigadores alemanes de la Escuela de Frankfurt no se proponían producir conocimientos de utilidad inmediata, sino una teoría de carácter general que pudiera explicar la situación que se había ido configurando durante el siglo XX, sobre todo durante la Segunda Guerra, preocupados básicamente por el estado de barbarie en el que había caído la humanidad.

Theodor Adorno y Max Horkheimer explicaban esta situación afirmando que la racionalidad que había impulsado la Ilustración terminó convirtiéndose en racionalidad "instrumental". Según los pensadores de la Ilustración, la razón aplicada de manera crítica a la concepción del mundo y del propio hombre desterraría todos los miedos y permitiría un progreso constante que redundaría en un aumento cada vez mayor del bien común. Sin embargo, los teóricos de la Escuela de Frankfurt veían que, en la sociedad de masas, la razón que habían proclamado los pensadores ilustrados (la razón crítica) había cedido espacios a una razón instrumental, que contribuía no al progreso y al bienestar sino a la manipulación de los individuos para volverlos funcionales al sistema capitalista. De esta manera se perpetuaba el estado de dominación de una clase social por otra.

Los medios masivos jugaban un papel importante en esta situación. Uno de los conceptos clave de los estudios de la Escuela de Frankfurt sobre los medios masivos era el de **industria cultural**.

MEDIOS MASIVOS Y DIVERSIÓN



"... divertirse [...] significa siempre que no hay que pensar, que hay que olvidar el dolor, incluso allí donde es mostrado. En la base de la diversión está la impotencia. Es, en efecto, fuga, pero no —como se pretende— fuga de la realidad mala, sino fuga respecto del último pensamiento de resistencia que la realidad puede haber dejado aún."

Theodor Adorno y Max Horkheimer.
Dialéctica del Iluminismo. Buenos Aires, Sur, 1971.

Los medios masivos como industria cultural

El concepto de industria cultural fue desarrollado por Adorno y Horkheimer para denominar el **sistema de producción de bienes culturales puesto en marcha por los medios masivos**. Las películas, los programas de radio y televisión, las revistas, los diarios y la música de moda, entre otros, constituyen productos de la industria cultural. El término "industria" no está puesto al azar: estos autores analizaron cómo estos productos, al convertirse en mercancías, empiezan a producirse en serie, de la misma manera en que se fabrican, por ejemplo, automóviles o electrodomésticos.

Como toda industria, la cultural proporciona a sus productos un aire de semejanza y similaridad y, por lo tanto, abundan las imitaciones y desaparecen las obras originales. No existe nada verdaderamente nuevo, ya que la industria cultural constantemente produce más de lo mismo. Todas las películas de acción se parecen, y también son muy similares entre sí las revistas de actualidad, los programas de radio, las historietas o cualquier otro tipo de productos culturales que entren en el circuito masivo. A diferencia de las obras de arte, estos productos están realizados según modelos de los que difícilmente se apartan.

Para ellos, la industria cultural tiene, además, otro aspecto de mucha relevancia: invade el tiempo de ocio, y lo asimila a las formas y características propias del mundo del trabajo. Durante su tiempo de ocio las personas consumen según pautas establecidas, hacen actividades programadas, de modo tal que aquel espacio donde podía supuestamente desplegarse la creatividad y la libertad, la reflexión y la crítica, se disuelve en un entretenimiento que adornece.

Concentración nazi en Nüremberg en 1933. La experiencia nazi fue el contexto en el cual los integrantes de la Escuela de Frankfurt comenzaron a plantear sus teorías pensando en la barbarie que se había instalado en el mundo.



Glosario

Ilustración.

Movimiento intelectual surgido en Europa durante la segunda mitad del siglo XVIII. Preocupados por problemas políticos, los pensadores de la Ilustración creyeron encontrar en una filosofía que privilegiaba la razón el camino para desterrar el atraso y la explotación de los hombres.

En busca del receptor

En los años siguientes surgieron nuevas líneas de análisis respecto de los medios masivos de comunicación. **A diferencia de los estudios anteriores, éstos prestaron más atención a la recepción de los mensajes.** Creían que el receptor ocupaba un papel significativo en el proceso comunicativo.

Tanto la Mass Communication Research (en sus primeras teorías) como la Escuela de Frankfurt suponían que los receptores eran fácilmente vulnerables, y que los medios masivos podían influir fuertemente en ellos, para bien o para mal. Estos investigadores le asignaban a cada mensaje de la industria cultural un solo sentido. De esta manera, pensaban que el emisor tenía poder prácticamente absoluto para imponer significados y que el receptor los aceptaba pasivamente. Pese a sus muchas y muy importantes diferencias, la escuela de Frankfurt y la Mass Communication Research coincidían en que la clave de los fenómenos de la comunicación de masas se encontraba en la capacidad de los medios para imponer sus mensajes.

Un receptor más activo

Sin embargo, a partir de los avances de la Sociología y de la Semiótica, se comenzó a observar que los espectadores no eran meros receptores pasivos. Cada vez que alguna persona mira un programa o lee un periódico "completa" su significación, es decir, le otorga algún sentido, algún matiz, algún alcance que es distinto del que le puede otorgar otra persona y, seguramente, distinto también del que imaginó el emisor. **Por este motivo, suele afirmarse que el proceso de la comunicación no es lineal. El emisor y el receptor nunca comparten exactamente los mismos códigos. Por eso, un mismo mensaje puede ser interpretado de diversas maneras.** Desde esta nueva posición teórica, puede decirse que todo receptor es activo porque produce sentido al decodificar los mensajes.

Numerosas corrientes de investigación incorporaron esta concepción más compleja de la circulación del sentido para estudiar los fenómenos de comunicación masiva. A continuación, abordaremos dos de los enfoques que tuvieron mayor repercusión: las investigaciones norteamericanas sobre "usos y gratificaciones" y los llamados Estudios Culturales, de origen inglés.

Aunque ambas corrientes comparten en alguna medi-

Durante la recepción, los destinatarios completan los significados del mensaje. Partiendo de esta base, la pregunta de los análisis sobre la recepción es: ¿qué hace la gente con los medios?, en lugar de: ¿qué hacen los medios con la gente?

da esta concepción no lineal de los procesos comunicativos, se diferencian notoriamente porque parten de distintas ideas acerca de la sociedad:

- la corriente de "los usos y las gratificaciones" se inscribe en la tradición de la Mass Communication Research, con fuertes influencias de la Sociología funcionalista. Esta teoría sociológica concibe a la sociedad como un gran organismo formado por diferentes subsistemas. Estos subsistemas desempeñan la función de mantener en equilibrio a todo el sistema en su conjunto, evitando el desarrollo de grandes conflictos. En términos generales, **la comunicación masiva es considerada un subsistema que permite la integración social;**
- los Estudios Culturales ingleses, por el contrario, recuperan la concepción marxista de una sociedad dividida en clases. Además, **a diferencia de la teoría funcionalista, consideran que el elemento decisivo de la vida social son las tensiones y contradicciones que se dan en su interior** y no el mantenimiento general de un cierto equilibrio. No ven en el conflicto el resultado de ninguna disfunción, sino la característica propia de toda sociedad en la que el poder está distribuido de manera desigual.



La corriente de "los usos y las gratificaciones"

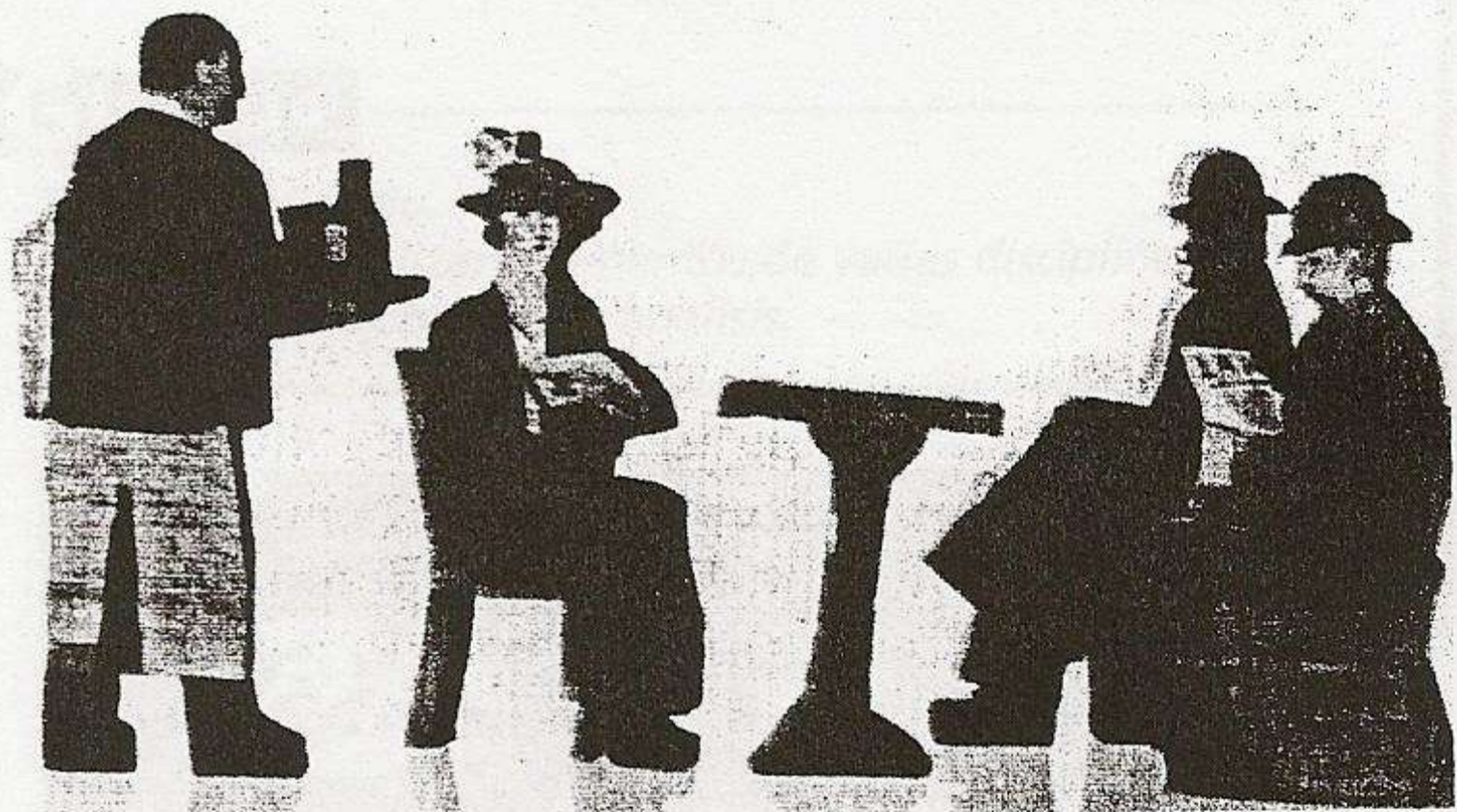
En los años setenta algunos investigadores norteamericanos formados en la Sociología funcionalista comenzaron a preocuparse por las audiencias. Se distinguieron de la teoría de los efectos limitados y de sus antecesoras porque no estaban preocupados por el tipo de influencia que los medios ejercían sobre las personas sino por **el uso que el público daba a los mensajes masivos**. Estos investigadores dejaron de preguntarse qué hacen los medios con la gente, y la pregunta clave pasó a ser: "¿qué hace la gente con los medios?". Este cuestionamiento ponía de manifiesto una concepción de los espectadores y de los lectores como **usuarios activos**, que hacen elecciones basándose en la probabilidad de que ciertos mensajes masivos satisfagan sus necesidades concretas. En esta misma línea de pensamiento, un grupo de investigadores dirigido por Elihu Katz estableció cinco clases de necesidades que los medios pueden llegar a satisfacer.

- Necesidades cognoscitivas: corresponden al consumo de medios con el objetivo de adquirir información o conocimientos útiles. Muchas veces, leer el diario o mirar el noticiero televisivo está motivado por este tipo de necesidades.
- Necesidades afectivas y estéticas: se vinculan a la búsqueda de sentimientos y emociones a partir del consumo de películas, canciones, novelas u otros productos de difusión masiva.
- Necesidades de integración personal: en ocasiones, el consumo de medios está relacionado con el objetivo de ganar seguridad en uno mismo o aumentar el propio *status* de acuerdo con el tipo de publicaciones que se lean o de programas que se miren.
- Necesidades de integración social: escuchar ciertas radios, leer el periódico, mirar determinadas películas o programas de televisión permite muchas veces que las personas refuercen sus contactos interpersonales al conversar o discutir sobre estos productos o sobre la información que brindan.
- Necesidades de evasión: suele ser común que las personas recurran a los medios para relajarse y olvidarse momentáneamente de los conflictos que aquejan la vida diaria.

Los investigadores de esta corriente consideraban que **la forma de interpretar los mensajes de los medios masivos varía según el uso que haga el receptor y las gratificaciones que obtenga**. Por ese motivo, concebían que los procesos de interpretación se realizan siempre con un cierto grado de autonomía.

La corriente de "los usos y las gratificaciones" significó un avance importante porque permitía pensar en audiencias activas. Sin embargo, en la década del setenta recibió algunas críticas. Se le cuestionaba mantener un enfoque excesivamente individualista, no tener en cuenta que las diferentes interpretaciones que se le dan a un mismo mensaje no dependen únicamente de la gratificación que obtenga cada persona, sino que también están íntimamente relacionadas con la posición social y cultural en la que se encuentran los individuos. Estas críticas fueron asumidas por los investigadores de esta corriente, que en los años ochenta comenzaron a tener especialmente en cuenta la incidencia de las diferencias culturales en la interpretación de los mensajes masivos.

Un ejemplo del trabajo desarrollado desde esta nueva perspectiva es la investigación realizada por Elihu Katz y Tamar Liebes sobre los diferentes sentidos que diversos grupos étnicos le asignaban a una serie de televisión de los años ochenta, *Dallas*. El estudio se llevó a cabo en Israel, los Estados Unidos y Japón. Se formaron grupos de norteamericanos, japoneses, palestinos, judíos marroquíes, judíos que vivían en una misma comunidad rural y judíos rusos recientemente inmigrados a Israel. Todos vieron el mismo capítulo de la serie y luego lo comentaron. Los resultados del análisis de los distintos grupos de discusión determinaron que la interpretación variaba fundamentalmente de acuerdo con la cultura de origen de los individuos. De esta manera, las conclusiones no sólo asumían que **las audiencias son activas y resignifican los mensajes**, sino que también tenían en cuenta que **las diferentes modalidades de interpretación varían según los grupos sociales a los cuales pertenece el público**.



Los temas que aparecen en los medios masivos son recurrentes en las conversaciones que entablan los miembros de una sociedad y a través de las cuales se produce la integración social. Los lugares públicos, por ejemplo los cafés, son ámbitos donde suelen tener lugar estas prácticas sociales. Detalle de "Escena de café", pintura de Joaquín Torres García, 1917.

Los Estudios Culturales

Los Estudios Culturales surgieron en la década del cincuenta en Inglaterra. Tiempo después, en 1964, se fundó el Centro de Estudios Culturales Contemporáneos de la Universidad de Birmingham, que reunió a los principales intelectuales de esta corriente: Richard Hoggart, Raymond Williams y Stuart Hall. La mayoría de sus estudios analizaron la vida cotidiana de los sectores populares en las sociedades industriales contemporáneas. Estas investigaciones, de carácter transdisciplinario, echaban mano de conocimientos provenientes de diferentes campos teóricos. Recurrían, por ejemplo, a instrumentos de análisis propios de la Antropología, la Semiótica, la Sociología y la Teoría literaria.

Los investigadores de esta corriente reflexionaron en particular sobre el consumo de los productos de la radio, el cine y la televisión, porque pensaban que los medios constituyen un factor importante en la vida cotidiana de los sectores populares. También consideraban que los mensajes son siempre polisémicos, es decir que no tienen un sentido único y fijo y, por lo tanto, que un mismo mensaje puede ser interpretado de diferentes maneras. Aseguraban que **las distintas formas de interpretación no dependen únicamente de las características psicológicas de los receptores, sino también de la ubicación de éstos en la sociedad.**

En otras palabras, la manera de interpretar los mensajes de los medios varía según la clase social de los individuos. Según estos autores, los obreros, por ejemplo, tienen ciertos códigos y competencias culturales comunes que les permiten otorgarles significados similares a los productos de los medios masivos de comunicación.

Si bien los pensadores de la Escuela de Birmingham sostienen que los mensajes masivos suelen estar organizados de acuerdo con la cultura de la clase dominante, no hacen hincapié en la idea de que los medios tengan un poder de manipulación. Justamente porque los receptores son activos pueden hacer lecturas que no correspondan totalmente a los intereses de los sectores más poderosos de la sociedad. Siempre es posible realizar interpretaciones que se opongan, o al menos que “negocien”, los significados dominantes. Se entiende, entonces, que **leer y mirar televisión son procesos de conflicto y negociación entre el espectador y el texto**, que deben entenderse en el contexto de los conflictos y negociaciones entre los actores en el ámbito socioeconómico.

En sus investigaciones, los Estudios Culturales se dedicaron especialmente a los grupos sociales menos privilegiados, subordinados a la cultura dominante.

Una teoría material de la cultura

Uno de los aportes más novedosos de los Estudios Culturales reside en su forma de concebir la cultura. En su libro *Marxismo y literatura*, Raymond Williams realizó una investigación acerca de los diferentes significados que tuvo la palabra “cultura” a través del tiempo.

Según Williams, en sus orígenes este concepto estaba asociado al “cultivo de la tierra” y –durante la Ilustración– remitía a la noción de “civilización”. En el Romanticismo –siglo XIX–, el término “cultura” se utilizó para designar al arte, la literatura y la vida intelectual. Desde entonces, cultura pasó a ser sinónimo de “los bienes del espíritu” y se la asoció al “mundo de las ideas”. Este significado cobró mucha fuerza y aún pervive en el lenguaje común.

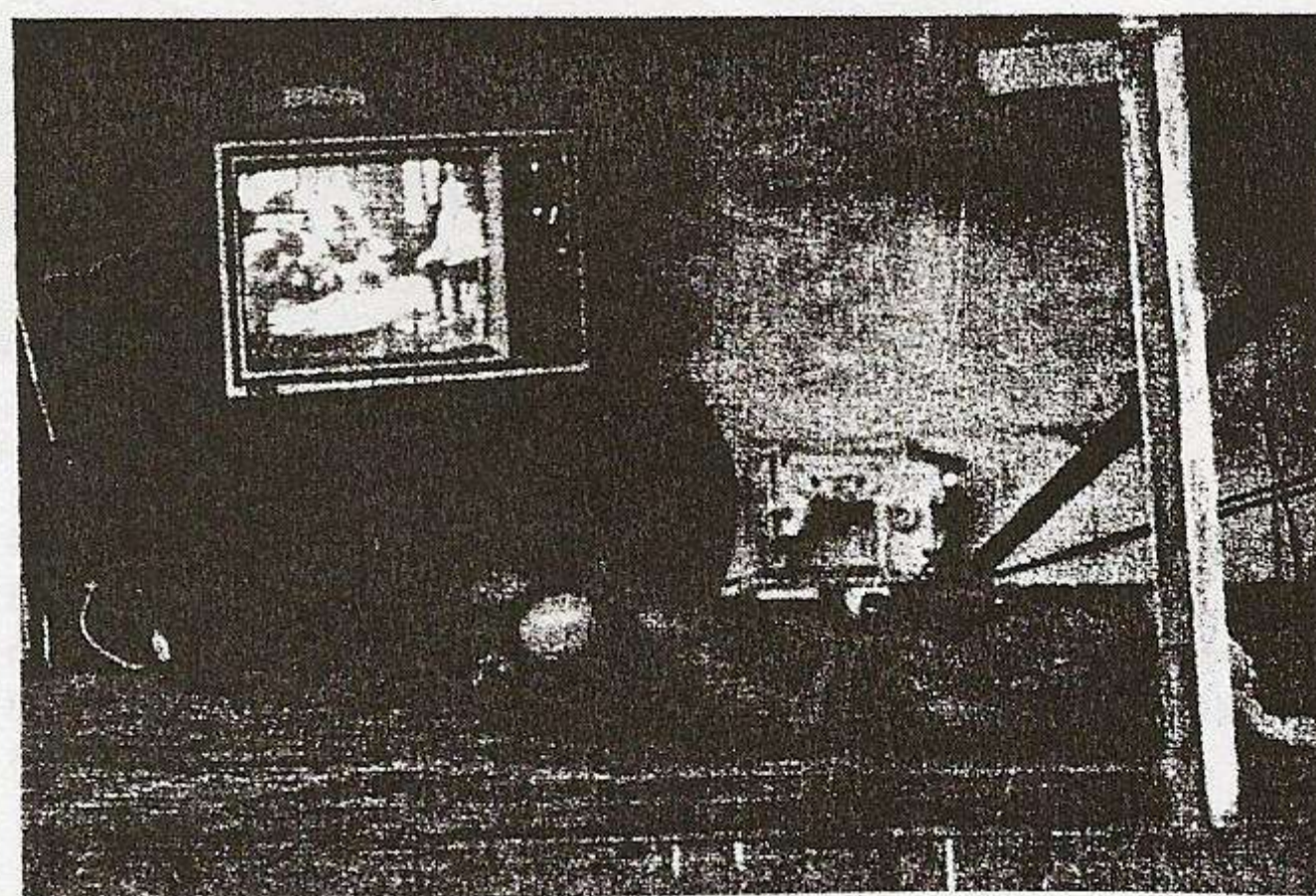
En el siglo XX, la Antropología aportó una nueva definición. **Para los antropólogos, la cultura es el conjunto de las actividades y producciones de todas las personas que componen una sociedad.** Desde este enfoque, la cultura es entendida como el conjunto de procesos que generan modos de vida específicos y diferentes.

Williams tomó la noción de cultura proveniente de la Antropología e intentó vincularla con las ideas teóricas del marxismo. Esta tarea no era sencilla, porque tradicionalmente el marxismo había restado importancia a los fenómenos culturales. Las corrientes marxistas clásicas entendían que la cultura de una sociedad estaba determinada por su economía. Es decir, que la cultura no era un nivel autónomo sino que sus prácticas y sus productos estaban determinados por los procesos sociales y económicos. Por lo tanto, pensaban que para explicar los fenómenos culturales bastaba con analizar las relaciones de producción (económico-sociales) en las que se basa una sociedad. En oposición a estas posturas, Williams afirmaba que la cultura es un fenómeno fundamental para comprender las relaciones sociales de desigualdad.

Glosario

Transdisciplinario.

Estudios que utilizan elementos de varias disciplinas para abordar sus objetos de análisis.



Para Williams, la cultura es un conjunto de acciones de los miembros de una sociedad que tienen un significado. Estas significaciones no son pensamientos o ideas abstractas, sino que se plasman en prácticas de la vida cotidiana y en objetos específicos. Los Estudios Culturales se interesan por desentrañar el sentido que los protagonistas otorgan a sus acciones cotidianas: ir a bailar o ir a la cancha son prácticas sociales concretas que están cargadas de múltiples significaciones.

Otra noción importante de la teoría material de la cultura que plantea Raymond Williams es la de **hegemonía**, que él define como el conjunto de prácticas, valores y expectativas que permiten la existencia de relaciones de dominación de una clase por otra. Esa dominación no se realiza a partir de la fuerza física, sino desde ese conjunto de prácticas culturales, cuyos mensajes contribuyen a reforzar las relaciones de dominación. Analizaremos con más detalle este concepto en el capítulo 9.

De todos modos, Williams advertía que la hegemonía nunca implica una dominación absoluta. Siempre existen espacios en los que se desarrollan prácticas que son alternativas u opuestas a las hegemónicas. La cultura es considerada como un espacio de lucha permanente entre los que tienen poder y los que no lo tienen. Es justamente en las prácticas alternativas donde residen las esperanzas de cambio hacia una sociedad más justa.

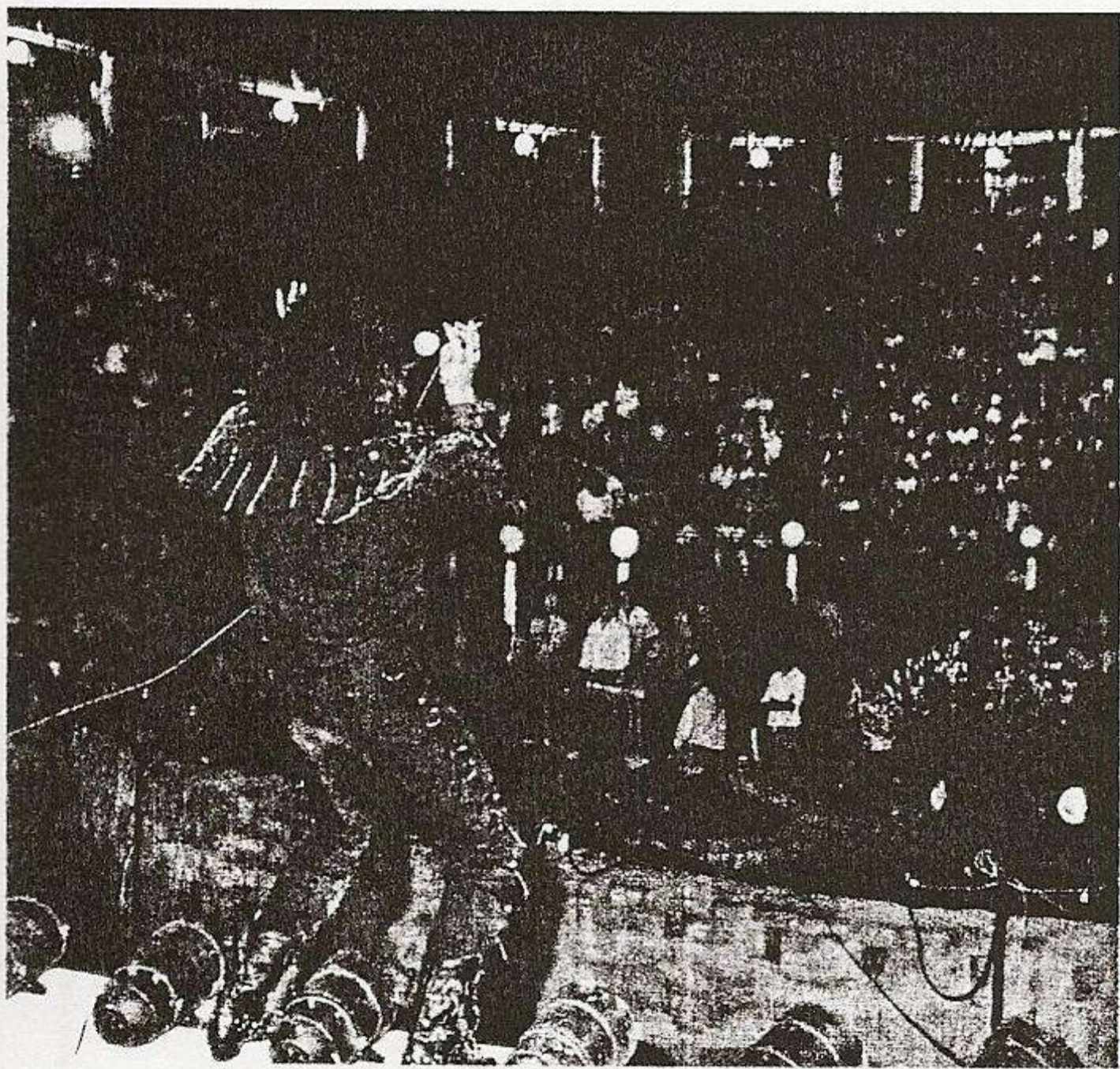
Los Estudios Culturales en la actualidad

Los Estudios Culturales descansan sobre el supuesto de que las sociedades industriales son sociedades con divisiones. Como hemos visto, originalmente los investigadores de esta corriente centraron su atención en la división de la sociedad según el nivel social y económico de las personas. Se ocuparon, entonces, de estudiar en particular la cultura de los sectores populares.

Más adelante los investigadores empezaron a pensar en otras divisiones sociales, por ejemplo, en la distinción entre género masculino y femenino, que se manifiesta en el plano de la cultura. Los estudios feministas, por ejemplo, analizaban la manera en que las mujeres otorgan significado a los mensajes de los medios que reproducen los valores de la cultura "machista".

Otras diferencias que empezaron a ser contempladas fueron la raza, la nacionalidad, la edad y la religión. Así, por ejemplo, se ponía en evidencia la desigual distribución del poder entre adultos y jóvenes o entre blancos y negros en sociedades multiétnicas. Estos nuevos estudios han analizado cómo los sectores subordinados reciben los mensajes de los medios de comunicación y cómo resisten su dominación a través de las distintas interpretaciones de esos mensajes.

Si bien esta corriente destaca que los receptores son activos, algunos autores señalan que el poder de los espectadores para reinterpretar significados no es nunca equivalente al de los medios. De esta manera, advierten que creer en la omnipotencia de la recepción es tan absurdo como creer en la omnipotencia que la antigua hipótesis de "la aguja hipodérmica" le asignaba a los medios.



Recital de Carlos "la Mona" Giménez en la ciudad de Córdoba. Los Estudios Culturales tienen una concepción de la cultura más amplia que la tradicional. Cultura es el conjunto de prácticas de los miembros de la sociedad que tiene significaciones. Esto incluye a los museos, los recitales, la televisión, los *shoppings* o el fútbol entre otras prácticas.



La inmigración desde los países orientales a las grandes ciudades de Occidente plantea la existencia de sociedades multiétnicas. La relación de estos sectores con las prácticas culturales (los medios masivos, los espectáculos, etc.) es uno de los temas sobre los que trabajan los Estudios Culturales.