

Etnografía y Comunicación: ¿una convergencia inconclusa? Apuntes con intención crítica acerca de las “etnografías de audiencias”.

Ana Silva¹

Resumen:

Hace aproximadamente veinte años comenzó a delimitarse en el terreno de los estudios en comunicación el enfoque conocido como “etnografías de audiencias”. A partir de la incorporación de categorías conceptuales y metodológicas provenientes de la Antropología, este enfoque permitiría dar respuestas eficaces a ciertos problemas que permanecían irresueltos, en particular aquellos vinculados con el estudio empírico de los procesos de “recepción” o consumo mediático. Desde entonces, las contribuciones de este tipo de trabajos han ido redefiniendo los consensos básicos del campo disciplinar.

En el presente artículo se discuten algunas cuestiones pendientes en relación con los objetivos iniciales de las investigaciones inscriptas en el mencionado enfoque, al tiempo que se propone una breve problematización acerca de qué se está entendiendo por etnografía cuando se la convoca para realizar investigaciones en comunicación. Por otro lado, se analiza el desarrollo de un área de estudios mucho más reciente, aquella que desde la Antropología aborda el tema de la comunicación mediática.

Palabras-clave: Etnografía - Medios - Estudios culturales

Abstract:

About twenty years ago, an approach known as “audience ethnographies” started to develop within the field of communication research. Integrating conceptual and methodological categories from Anthropology, this approach might provide effective answers to yet unresolved questions concerning empirical reception studies or media consumption. Since its creation this discipline has been redefining its basic consensus to integrate the contributions made by this type of research.

This article discusses some unsettled issues regarding the initial goals of research works on audience ethnographies, and briefly examines what is currently understood by ethnography in research on communication. On the other hand, the

¹Becaria de CONICET. Departamento de Teoría e Historia del Arte. Teorías de la Comunicación de Masas y Semiótica (Realización Integral en Artes Audiovisuales). Facultad de Arte. UNCPBA. anasilva77@yahoo.com.ar

article analyses the latest development of media studies in anthropological research.

Key words: *Ethnography - Media - Cultural Studies*

La pregunta por la recepción en las “etnografías de audiencias”: el empirismo revisado

A comienzos de la década de 1980 comenzó a tomar forma en el terreno de los estudios en comunicación –más específicamente en el marco de los Estudios Culturales británicos- un nuevo enfoque investigativo conocido como “etnografías de audiencias”. A partir de la incorporación de categorías conceptuales y metodológicas provenientes de la Antropología, este enfoque permitiría dar respuestas eficaces a ciertos problemas que permanecían irresueltos, en particular aquellos vinculados con el estudio empírico de los procesos de “recepción” o consumo mediático.

Un trabajo reconocido como pionero en ese sentido fue el desarrollado por David Morley sobre las audiencias del *magazine* televisivo de la BBC *Nationwide*², que estuvo basado en la observación de discusiones grupales a continuación del visionado del programa. Sirviéndose de técnicas de investigación denominadas “etnográficas”, el estudio de Morley permitió mostrar cómo las audiencias divergían en las líneas políticas de sus interpretaciones en relación con su diferente posición socioeconómica o laboral.

Como ha señalado John Corner (1991), este estudio puede ser analizado –al menos parcialmente- como una reacción contra dos aspectos del “estado de la cuestión” de las investigaciones en comunicación en el contexto de su publicación. Por un lado, aparecía como una reacción contra el “textualismo” de base estructuralista de los Estudios Culturales británicos. El trabajo de Morley fue un claro intento de romper con el formalismo de esta perspectiva a favor de un compromiso más abierto con la multiplicidad de variables y las complejidades de la significación en proceso. Por otro, significaba un retorno al estudio empírico de las audiencias que había propuesto la tradición norteamericana de *Mass Communication Research*, aunque de un modo radicalmente distinto en cuanto a sus fundamentos y sus propósitos, con una novedosa y mucho más incisiva agenda de investigación orientada hacia los procesos sociales de significación y acción.

Las investigaciones clásicas sobre audiencias televisivas habían tendido a soslayar la complejidad y la polisemia de los programas al considerarlos como “estímulos” antes que como textos. A su vez, las perspectivas teóricas más críticas se habían caracterizado por desestimar la actividad interpretativa de los espectadores, concentrándose en las condiciones de propiedad y control de los medios de comunicación (Livingstone, 1991).

Trabajos posteriores de Morley (1996) y de otros investigadores, como Roger Silverstone (1996), mostraron una progresiva reorientación del interés en estudiar las

²Y que fue publicado con el título *The 'Nationwide' Audience* en 1980 por el British Film Institute.

correlaciones específicas entre textos, espectadores y significación, hacia una preocupación más general por las prácticas domésticas y los patrones de uso de los textos culturales en la vida cotidiana.

Es importante señalar que la denominación “Estudios Culturales” esconde bajo una aparente homogeneidad lo que en realidad constituyen trayectorias académico-políticas significativamente heterogéneas y desarrolladas en contextos diversos. Así, el rótulo remite tanto a la tradición británica a la que nos hemos referido (iniciada en la década de 1950 y nucleada fundamentalmente en torno al *Centre for Contemporary Cultural Studies* de la Universidad de Birmingham de la mano de figuras como Richard Hoggart, Raymond Williams y Stuart Hall), como a sus sucesivas recontextualizaciones en Estados Unidos y América Latina.

El surgimiento y la etapa de consolidación de los Estudios Culturales coincide con el desarrollo político de la *New Left* en Inglaterra, y una de las preocupaciones centrales de sus autores era proveer un marco de análisis adecuado de las prácticas culturales de la clase obrera. Se dedicaron entonces al estudio de las diversas manifestaciones de la “cultura popular” -que hasta el momento no tenían cabida dentro de las agendas académicas- centrándose en el análisis de las prácticas culturales desde el lugar del conflicto y la negociación.

El intento por articular un concepto marxista de cultura, que superara y complejizara la relación entre “base” y “superestructura” a la luz de la teoría gramsciana de la hegemonía y de la definición antropológica (holista y anti-elitista) de “cultura”, e integrara tanto las representaciones como las prácticas, ha sido uno de los principales aportes de los Estudios Culturales a la teoría social.

Durante la década de 1990, los “Estudios Culturales” se consolidaron como una mercancía exitosa en la industria editorial y en las disputas presupuestarias de las universidades estadounidenses. En las investigaciones desarrolladas en ese país, el énfasis estuvo puesto en las retóricas afirmativas de la identidad, articuladas en torno de la diferencia (de género, de “raza”, de orientación sexual, etc.). Esta exacerbación de la diferencia ha sido absorbida como valor por el mercado hegemónico, lo cual suscitó fuertes cuestionamientos acerca del modo en que estas investigaciones abordan los vínculos entre cultura y poder (Yúdice, 2002).

En América Latina, por otra parte, uno de los ejes centrales de la reflexión de los Estudios Culturales (identificados principalmente con autores como Néstor García Canclini y Jesús Martín Barbero), ha sido el de *lo popular*. Desestimando los enfoques puristas y sustancialistas que deploraban lo popular por “vulgar” o, al contrario, señalaban horrorizados su “contaminación” con las tendencias extranjerizantes de la llamada globalización, los planteos de Martín Barbero y García Canclini permitieron abordar las lógicas del consumo cultural desde las brechas, la productividad y el placer a partir de un enfoque relacional, dinámico y por supuesto más complejo. La cultura pasaba así a

ser concebida como el espacio en el que se articulan los conflictos sociales, y lo popular, una perspectiva desde la cual analizar dichos conflictos.

El desarrollo de los estudios empíricos sobre la “recepción” se vio enriquecido por la apropiación de ciertos aspectos de la perspectiva antropológica, tanto en lo que se refiere a la incorporación de conceptos claves -cultura, etnocentrismo, diversidad- cuanto por la adopción de su peculiar modo de trabajo, la etnografía (Grimson, 2002). En particular, las “etnografías de audiencias” se han visto fuertemente influenciadas por los estudios de la vida cotidiana en la línea de Alfred Schutz, el interaccionismo simbólico y la etnometodología de Harold Garfinkel (Coulon, 1988; Wolf, 1994).

A comienzos de la década de 1990, Sonia Livingstone señalaba las principales características del enfoque etnográfico en comunicación. En primer lugar, destacaba el énfasis en la interpretación activa o negociación del sentido de los programas televisivos por parte de las audiencias, situando el análisis en el contexto de sus vidas cotidianas (para una discusión sobre la importancia del “contexto de recepción” en las etnografías de audiencias véase Santagada 2000). La investigación empírica sobre recepción considera a las interpretaciones de los espectadores como datos primarios, que sólo en una etapa posterior son interpretados por el investigador. Lo que interesa, entonces, es la interacción con espectadores concretos, reales, empíricos, no la elaboración de tipos ideales o modélicos.

De acuerdo con este argumento, una perspectiva etnográfica de la comunicación debe integrar en el análisis a los textos culturales y a las audiencias, sin subestimar la polisemia de los primeros ni la participación activa de las segundas en el proceso de significación. Partiendo de una consideración de los programas televisivos como textos y de los espectadores como lectores, el énfasis se traslada desde un análisis de la significación “en” el texto hacia una consideración del proceso de lectura en acto.

La inclusión de estas reflexiones en el estudio de las audiencias televisivas implica dos movimientos conceptuales simultáneos: por un lado, aquél que va de la “alta” cultura a la cultura popular; por el otro, el que desliza la mirada desde los lectores ideales hacia los lectores concretos, que consumen programas televisivos específicos en contextos también concretos. Este conjunto de operaciones permite dar cuenta de que los textos son dinámicos, los significados son contextualmente dependientes y las lecturas pueden ser radicalmente divergentes entre sí aun tratándose del “mismo” programa.

La perspectiva supone también algunas dificultades. El a veces ponderado eclecticismo suele ocultar ciertas diferencias epistemológicas habituales en los debates entre ciencias sociales y humanas. Además, el concepto de interpretación tiende a verse reducido a un proceso algo caprichoso y no teorizado debidamente, así como la localización de la interacción entre textos y lectores en un contexto político más amplio ofrece no pocos inconvenientes. Sin ese contexto que pone en relación a las audiencias con procesos sociales y económicos globales, existe cierta tendencia a hacer una consideración romántica de las audiencias, celebrando la supuesta autonomía de sus inter-

pretaciones e ignorando la importancia de las estructuras de poder (Livingstone, 1991).

Las operaciones metodológicas desarrolladas por los investigadores que adscriben al enfoque etnográfico de la comunicación son en su mayoría, como hemos señalado, apropiaciones del método antropológico: ponderación del punto de vista de los actores involucrados; entrevistas en profundidad, abiertas o semiestructuradas; análisis de narrativas y registros de observación con participación, en sus diversas modalidades (la clásica "observación participante", la "participación observante"³ o la "objetivación participante"⁴).

Buena parte de las investigaciones estuvieron centradas en las audiencias televisivas, como la que desarrolló la propia Livingstone entre los espectadores de la telenovela británica *Coronation Street*. La investigadora se centró en el análisis de la resignificación del argumento del programa a partir de solicitar a sus entrevistados que le contaran "en sus propias palabras" de qué se trataba el serial, luego de transcurrido un año desde que dejara de transmitirse. De acuerdo con la interpretación de la autora, la manera en que los sujetos narraban la historia revelaba las operaciones implícitas en sus procesos interpretativos. Las lecturas o bien románticas o bien cínicas del programa se relacionaban con una identificación diferencial respecto de sus protagonistas.

Un ejercicio semejante, pero focalizado en el público de cine desde una perspectiva de género es el que realizó Christine Geraghty (1998) sobre los procesos de representación y de identificación de la figura de la madre en el melodrama filmico. Angela McRobbie (1998), por su parte, ha mostrado cómo el placer y el distanciamiento intervienen en el consumo de revistas femeninas destinadas a un público adolescente y analiza la posibilidad de realizar lecturas divergentes respecto de los estereotipos publicitarios que allí se ofrecen.

Como muestra de las dificultades antes aludidas, podemos referirnos a la investigación publicada en el libro de David Morley cuya edición en Argentina lleva por título *Televisión, audiencias y estudios culturales* (1996). Allí, el autor recurre al ejercicio antropológico de interrogar lo "obvio" y preguntarse "¿qué significa mirar televisión?", a fin de evitar interpretaciones etnocéntricas de las prácticas de los sujetos. Sin embargo, termina ponderando la descripción y clasificación de esas prácticas al elaborar una tipología de los "estilos de mirar televisión" a partir de las diferencias de género y de las relaciones de poder en la esfera doméstica, sin profundizar en el modo en que esas rela-

³Esta categoría fue propuesta por el médico y antropólogo francés Didier Fassin en el marco del Seminario de Doctorado sobre "Antropología Política y Moral" que dictó para la Universidad de Buenos Aires en el mes de julio de 2005, como un modo de referirse a la reflexión etnográfica sobre su propia práctica profesional en el campo de la medicina.

⁴Por 'objetivación participante' quiero significar la *objetivación del sujeto de la objetivación*, del sujeto de análisis -en pocas palabras, del investigador en sí. [...] Ella apunta a objetivar la relación subjetiva con el objeto [...] Aquello que necesita ser objetivado, entonces, no es la actuación del antropólogo en el análisis antropológico de un mundo extraño sino el mundo social que ha hecho tanto al antropólogo como a la [...] antropología que él (o ella) compromete en su práctica" (Bourdieu, 2003: 281-282)

ciones son construidas históricamente. De esto resulta una explicación “políticamente correcta” en apariencia, pero un tanto tautológica: el estudio concluye que en una sociedad patriarcal el control sobre la selección de programas y la posesión del control remoto recaerán sobre el padre (a excepción de los hogares sostenidos económicamente por mujeres), sin ir más allá en el análisis de las condiciones en que se articula la desigualdad social (en este caso, de género). Tampoco pone en relación el sector social que toma de muestra (clases trabajadora y media baja de la zona sur de Londres, según explicita el propio autor) con su posición de subalternidad en la estructura social y sus condiciones materiales de existencia. Y es ésta una objeción, a nuestro entender, habilitada por el propio Morley a partir de las premisas en las que se basa su análisis.

A fin de señalar algunos aspectos de las investigaciones empíricas en comunicación que merecen ser revisados, haremos referencia a continuación al más reciente desarrollo, en el marco de la Antropología, de estudios que se ocupan de los problemas suscitados por la comunicación mediatizada.

La comunicación mediatizada como problema etnográfico

La constitución y devenir de la Antropología como disciplina diferenciada dentro de las Ciencias Sociales y Humanas ha originado una serie de discusiones acerca de sus condiciones específicas de producción de conocimiento. El lugar central asignado al trabajo de campo para la obtención de “datos primarios”, sobre todo a partir de las formulaciones de investigadores como Franz Boas o Bronislaw Malinowski en adelante, introdujo algunas condiciones particulares: el recolector de datos y el analista pasaban a ser la misma persona, y la perspectiva de los actores, a ocupar un lugar fundamental en el conocimiento producido. La convivencia sostenida en el tiempo con los actores ha sido uno de los requisitos de validación para investigaciones orientadas hacia el abordaje de problemas y relaciones sociales complejos a partir de su localización en contextos específicos.

Una de las características recurrentes de las investigaciones etnográficas durante buena parte del siglo XX ha sido la de su casi exclusiva orientación al estudio de comunidades definidas por su alteridad radical respecto de la propia situacionalidad del antropólogo: se ocupaban de comunidades que eran o bien no occidentales, o bien no capitalistas, o bien no urbanas, o todo ello a la vez.

Este estado de situación, que -aun en sus distintas orientaciones teórico-metodológicas- definía una identidad disciplinar reconocible, fue paulatinamente puesto en crisis a partir de un conjunto de procesos que se profundizaron desde mediados del siglo y que condujeron a la producción de nuevos problemas y sujetos sociales que plantearon (y plantean) importantes desafíos a la investigación antropológica.

Por un lado, la constatación de que una parte de los trabajos de antropólogos había servido, de diversas maneras, al mantenimiento de las relaciones de dominación

coloniales y a intereses contrarios a los de los pueblos que estudiaban (por ejemplo a partir de la participación de investigadores en proyectos clandestinos y/o de contrainsurgencia), generó un profundo malestar y abrió una serie de debates -aún no cerrados- acerca de las implicancias éticas y políticas de la investigación etnográfica.

A todo esto se sumaba la emergencia de las antropologías “nativas”, en las que los sujetos antes estudiados por los antropólogos occidentales ahora producían sus propias etnografías y ponían en cuestión toda una serie de categorías que se habían utilizado para pensar sus sociedades como formas de extender, en el terreno académico, las relaciones de poder colonial que mantenían sometidos a sus países. Estas críticas tuvieron un fuerte impacto, no sólo en el campo de la antropología sino también en otras áreas de las Ciencias Sociales, ya que ponían en evidencia que la ciencia “moderna” y las distintas teorizaciones acerca de lo social no eran más que la universalización de los particularismos occidental, patriarcal y capitalista (al respecto, ver Bourdieu y Wacquant 1999; Lander 2000; Saïd 2004).

En otro sentido, el proceso de descolonización, las transformaciones sufridas por las comunidades tradicionalmente estudiadas por la antropología, la expansión del capitalismo y los movimientos migratorios hacia las ciudades, provocaron una profunda crisis de identidad para la disciplina. La reorientación de la investigación en el contexto de las llamadas sociedades “complejas”, así como la complejización de las localizaciones tradicionales fueron el marco en el que se produjo la transición desde el estudio de los “Otros” al estudio de “los Otros entre Nosotros”, y por último al del “Nosotros” e incluso del “Sí mismo” (Menéndez, 2002). Una de las especializaciones surgidas en el marco de ese proceso fue la antropología urbana.

La relocalización de los problemas en contextos metropolitanos ha dado lugar, además, a conflictos previamente no pensados que plantean nuevos retos a la perspectiva antropológica. Entre ellos, la emergencia de todo un campo de circulación de mercancías simbólicas en y a través de las industrias culturales y las tecnologías de la información y comunicación, que tienen una innegable incidencia en los procesos de trabajo, de producción y consumo, de regulación del tiempo libre y de condensación de los imaginarios hegemónicos. Uno de los desafíos centrales que supone la existencia de estos procesos es la importancia creciente de relaciones mediatizadas, que no se dan cara a cara y que por lo tanto obligan a replantear algunas de las condiciones del trabajo de campo “típico” del antropólogo para poder dar cuenta de ellas (para una discusión al respecto ver Grassi 2004).

Si bien la discusión acerca de los medios audiovisuales en la investigación etnográfica está respaldada por una trayectoria considerable que se remonta hasta las experiencias pioneras de Margaret Mead y George Bateson y el inmenso corpus fotográfico y filmico del que se valieron en sus trabajos, la reflexión ha estado centrada en la utilización de esos medios como herramienta al servicio de la investigación, o de la construcción negociada entre antropólogos e informantes de un producto filmico o fotográ-

fico. Se ha discutido acerca de las consecuencias de la presencia de la cámara en la situación de campo, la dificultad de registrar ciertos comportamientos relegados a la esfera de lo privado o íntimo y la posibilidad de obtener datos del contexto de la observación difíciles de describir o de captar plenamente por medio de la palabra. Por otro lado, la orientación hacia la producción conjunta de productos audiovisuales ha abierto el debate acerca de las diferentes maneras de mirar; el espesor cultural presente en el sólo acto de encuadrar una imagen, de seleccionar qué y cómo fotografiar o filmar, entre otros aspectos. Por mencionar sólo algunas, las siguientes experiencias se han desarrollado a partir de ese enfoque: el Proyecto TV nas Aideias en Brasil; el Grupo Boedo Films, Ojo Obrero, Argentina Arde, Contraimagen o el Grupo M en Argentina o los filmes etnobiográficos de Jorge Prelorán.

El denominador común de las experiencias citadas es el de centrarse en los discursos y dispositivos mediáticos en tanto sean producidos por el investigador y/o los informantes en el curso del trabajo de campo. Sin dudas, han dado lugar a trabajos sumamente valiosos desde el punto de vista de su inscripción en la praxis política de los grupos de referencia y en la visibilización social de numerosos reclamos y luchas que de otro modo, quizás, no lograrían trascender. No obstante, esta orientación de las investigaciones deja de lado otro modo de aproximarse a los medios de comunicación, a nuestro entender igualmente relevante para los propósitos de la investigación etnográfica. Se trata del abordaje de los discursos y dispositivos elaborados por los sujetos sociales con preexistencia al trabajo de campo. Aquellos medios, dispositivos tecnológicos y contenidos mediáticos ya presentes en el entramado social al que el antropólogo se aproxima en su labor.

A diario se presentan en el trabajo de campo etnográfico situaciones que enfrentan al investigador con la evidencia de las transformaciones mencionadas. La existencia de comunidades políticas en internet, en la forma de foros virtuales, blogs o listas de distribución de correo son sólo uno de los ejemplos posibles. Existen sitios como www.indymedia.org a partir de los cuales se han convocado movilizaciones de repudio al “grupo de los ocho” (G-8) siguiendo el itinerario de sus reuniones en distintos países; o bien otros a partir de los cuales se han organizado boicots a empresas multinacionales sin que integrantes de la comunidad tuvieran nunca contacto cara a cara (“un minuto sin celulares”; “no comprar los productos de X empresa” son consignas habituales en este tipo de convocatorias). También se ha dado el caso de la conformación de distritos electorales “virtuales”, como la Región XIV de Chile que integra a chilenos residentes en el exterior del país, y que reclaman reconocimiento oficial y derechos políticos como la posibilidad de votar a través de la página web⁵. ¿Cómo abordar esta última situación desde una perspectiva del trabajo de campo “típico” del antropólogo? ¿Trasladándose de un país a otro para entrevistar a los integrantes del foro, que posiblemente vivan en puntos tan distantes como Japón, Noruega o México? Sin dudas que no.

¿Qué es lo que define, entonces, al enfoque etnográfico tal como lo ha venido

practicando la Antropología? La palabra *etnografía*, en la jerga disciplinar, designa a la vez un método de investigación, un modo muy peculiar de construir teoría y un género discursivo. Por lo tanto, aquello que el etnógrafo *hace* “en el campo” es *una etnografía*; así como el modo en que reflexiona acerca de los datos que construye en la relación con ese campo y la exposición de los resultados de su trabajo en un informe académico son también *etnografías*. Pese a esta polisemia que presenta algunas dificultades no sólo terminológicas, lo que se destaca es que el término *etnografía* no se refiere, de ningún modo, a un objeto, sino a un camino, una cierta predisposición, una forma de pensamiento relacional y una manera, también relacional y contextualizada, de exponer los resultados a los que ese camino ha conducido.

En otras palabras,

“La mirada etnográfica se dirige a la reconstrucción de los puntos de vista de los actores, mediante movimientos sucesivos de familiarización y desfamiliarización y propone un modo de conocimiento social complejo y abarcativo marcado por la percepción multisensorial y directa. Esta búsqueda hoy abarca nuevos horizontes para alcanzar mundos sociales que reclaman otras prácticas de investigación. La mirada etnográfica amplía así su perspectiva y se transforma, proyectándose sobre textos impresos y películas, sobre discursos grabados y museos, sobre objetos y fotografías”⁶

El antropólogo Ariel Gravano ha definido al método etnográfico como “la puesta en práctica de lo que puede llamarse *imaginación antropológica*, entendida como la competencia y desempeño concreto del enfoque antropológico” (Gravano, 1995: 71).

La *imaginación antropológica* (categoría construida como paráfrasis de la “imaginación sociológica” de Wright Mills), consiste en la construcción de una *otredad* conceptual, que permita descentrar la visión y así poder visualizar ángulos, contradicciones e intersticios que desde una perspectiva monolítica no se podrían captar. Para realizar esta operación se trata de no confundir al referente empírico con el objeto de conocimiento; es decir, de no buscar un objeto de estudio como si fuera una “cosa”, sino de considerarlo como una relación conceptual. De esta manera, el antropólogo

“en lugar de ver lo que de por sí considera exótico (como cuando estudiaba al ‘primitivo’ y lo pre-juzgaba como en las antípodas de su propia cultura), tratará de estudiar lo familiar, lo propio de su cultura, *como si fuera exótico*. Es lo que se da en llamar la *exotización de lo familiar*” (Gravano, op. cit: 74)

La puesta en práctica de la *imaginación antropológica* -así concebida- en el registro etnográfico intentará dar cuenta de la alteridad de las evaluaciones morales, de la lucha de racionalidades y significados, de la diversidad de los sujetos sociales en pugna

⁵Agradezco a Gabriela Brook este último ejemplo.

⁶En la Editorial de *Etnografías Contemporáneas* Nº 1, Año 1 (UNSAM), abril de 2005. Pág. 5.

y cooperación “dentro de la realidad práctica y concreta, en una palabra: de la realidad concebida como una dialéctica de la cultura” (Gravano, op. cit: 84). En el enfoque antropológico se necesita, entonces, de la voz de un actor *otro*, y en eso radica, afirma el autor, su punto de partida dialéctico en lo epistemológico.

El propio devenir de la investigación antropológica llevó a los investigadores a recorrer el sendero de la convergencia entre estudios mediáticos y perspectiva etnográfica en el que, como vimos, habían desembocado los estudios culturales varios años antes. Mirada con ojos de antropólogo/a, la convergencia plantea otros desafíos y dificultades.

Refiriéndose a las “etnografías de audiencias” realizadas por los estudios culturales, la investigadora norteamericana de ascendencia palestina Lila Abu-Lughod efectúa una interesante crítica, y señala que los estudios sobre cultura popular y especialmente sobre la televisión resultan, en la mayoría de los casos, “decepcionantes” y etnográficamente pobres aun a pesar de su considerable sofisticación teórica (Abu-Lughod, 2005). La autora se pregunta si acaso el objeto mismo -la televisión- ofrece un obstáculo para realizar un análisis más profundo sobre la dinámica cultural, política y social de comunidades particulares: “¿[...] el status degradado y la aparente banalidad de la televisión afecta a aquellos que la estudian?” (Abu-Lughod, 2005: 59).

La propuesta de Abu-Lughod consiste en continuar buscando “el lugar correcto de entrada para un trabajo etnográfico –en el campo y en nuestros estudios- que pueda rescatar la importancia de la existencia de la televisión como una ubicua presencia en las vidas e imaginarios de las personas del mundo contemporáneo” (op. cit.). Como advierte la autora, “el desafío especial al que nos enfrentamos es que las formas culturales transmitidas por la televisión no tienen una comunidad tan obvia y simple, y que siempre son sólo una parte –a veces más amplia, otras más pequeña- de las vidas complejas de las personas” (op. cit: 61).

Abu-Lughod señala que es necesario incluir el análisis de la instancia de “recepción” en un tipo de enfoque más amplio que incluya también una etnografía de la producción:

“Los programas de televisión no son producidos por especialistas de un estatus social diferente del de los espectadores (como los sacerdotes o los bardos), sino por profesionales de una clase diferente –a menudo más urbana que rural, con identidades y vínculos sociales nacionales y a veces transnacionales- que trabajan dentro de estructuras de poder y organizaciones vinculadas entre sí y dan forma concreta a intereses nacionales o comerciales. Para una verdadera descripción densa, necesitamos encontrar el modo de interrelacionar estos diferentes nodos de la ‘vida social de la televisión’” (Abu-Lughod, 2005: 5)

Por otra parte, Alejandro Grimson (2002) realiza dos cuestionamientos centrales a los “estudios de audiencia”, a saber:

“Primero: ¿cómo realizar una etnografía, en el sentido fuerte de la palabra, de un grupo humano que es predefinido como ‘audiencia’? [...] es evidente que si esos sujetos son predefinidos unilateralmente como ‘audiencia’, presuponiendo etnocéntricamente la centralidad de los medios en sus vidas, será muy difícil realizar una etnografía en el sentido estricto. Incluso si la mayoría de los trabajos superan esa traba inicial, ya que apuntan a mostrar que no se trata de ‘audiencias’, sino de sujetos sociales, la fuerte direccionalidad de la investigación entra en tensión con el proyecto etnográfico de reconstruir las perspectivas de esos mismos sujetos” (Grimson, 2002: 58)

En ese sentido, la importancia de los medios deberá ser cancelada como suposición previa de la investigación a fin de que pueda emerger, cada vez, como *resultado* de un trabajo etnográfico sociohistóricamente situado.

El segundo problema que reconoce Grimson es que algunos investigadores

“utilizan un concepto reificado y sustancialista de cultura para realizar ese análisis de la ‘recepción de televisión’. [...] las personas [...] son incluidas *a priori* como miembros de culturas específicas y esas culturas son consideradas como variables independientes que determinan la forma en que esas personas significan el texto mediático. [Estos investigadores] parten de un panorama mundial donde existiría una diversidad cultural estanca y sustancializada que sería la causa principal de las diferencias de decodificación” (op. cit.: 59)

La experiencia de la investigación realizada por Lila Abu-Lughod en una aldea del Alto Egipto permite ejemplificar la implementación del enfoque etnográfico en una dirección diferente a la que critica Grimson. Abu-Lughod centró su trabajo en el encuentro entre algunas aldeanas con la serie televisiva *Mothers in the House of Love*, escrita por Fathiyya Al-Assal, una escritora militante del partido de izquierda egipcio y activa feminista. Focalizada en la relación diferencial de tres mujeres de la aldea con la serie, el análisis de Abu-Lughod se ocupa de reconstruir las trayectorias históricas y políticas de la posición social de cada una de esas mujeres, radicalmente diferentes entre sí. Para esto realiza un permanente ejercicio de ida y vuelta entre los contextos nacional, transnacional y local y entre las formas de vida de las mujeres cariotas y alejandrinas que mostraba la novela y las aldeanas que constituye en sus interlocutoras. Esa lectura multisituada permite a la investigadora dar cuenta de cómo, aun contra sus propósitos iniciales, el discurso modernizante de Al-Assal entra en fuerte contradicción con las costumbres ancestrales devaluadas de los habitantes del Alto Egipto. De esta manera, la perspectiva “progresista” de la serie podía estar reforzando las condiciones de subalternidad de quienes se proponía como las principales “beneficiarias” de su propuesta emancipatoria. La etnografía construida por Abu-Lughod aborda, también, el modo en que se constituyen diferentes modalidades de cosmopolitismo, fuertemente atravesadas por las condiciones de distribución de la riqueza, la educación y las experiencias particulares de las mujeres; y

cómo la televisión entra a jugar en esa configuración. Dirigidas a audiencias estereotipadas e intersectadas por los discursos hegemónicos, las respuestas ensayadas por la serie televisiva a los problemas sociales de los sujetos resultan, en definitiva, poco realistas y paternalistas.

Otro caso de investigación etnográfica –citado por Grimson– es el del análisis de Daniel Miller sobre el peculiar éxito de una telenovela en Trinidad. De modo semejante a lo que le sucedió a Abu-Lughod, a Miller se le “impuso” el campo: a cierta hora del mediodía se le tornaba imposible realizar entrevistas ya que todos aquellos con los que intentaba conversar se encontraban mirando una telenovela norteamericana y nadie quería responder a sus preguntas. Contrariamente a la suposición de la emisora local de que el programa no tendría éxito (razón por la cual le había asignado el horario del mediodía) las oficinas y los comercios se poblaron de televisores que los trabajadores llevaban desde sus casas, y aquellos que no tenían electricidad conectaban los aparatos a las baterías de automóviles. En su análisis, Miller intenta comprender las razones de ese éxito masivo y la fascinación con el relato, que mostraba los “entretelones” de la vida familiar de los personajes, con sus intrigas e infidelidades.

La clave de su interpretación, señala Grimson, es que “la gente de Trinidad hizo local la novela estadounidense” (2002: 68). En un contexto de crisis económica producido por la baja de los precios del petróleo, el efecto de “desenmascaramiento” que, desde el punto de vista trinidadiano, proponía la telenovela era interpretado como una crítica al mantenimiento de las apariencias de bienestar y estabilidad que la recesión había dado por tierra. De esta manera, la aparentemente frívola novela estadounidense terminaba transformándose en una lección moral; en un movimiento de apropiación fuertemente atravesado por las asimetrías sociales locales y las dimensiones políticas e históricas más macro.

Tanto la investigación de Abu-Lughod como la de Miller muestran que uno de los problemas centrales de los estudios de audiencia es qué se entiende por “contexto”.

Consideraciones finales

El abordaje relacional e historizado de los fenómenos sociales, la consideración de la diversidad, la desigualdad y el conflicto, así como el estudio sistemático y profundo de procesos localizados permiten trascender, de acuerdo a lo expuesto aquí, los enfoques reduccionistas que recortan a priori emisores y audiencias, limitando los comportamientos de unos y otros a estadísticas descontextualizadas o que ignoran la productividad de los diversos sectores sociales con análisis reproductivistas deslindados de cualquier referencia empírica.

La problematización de las formas mediatizadas y transnacionales de interacción social por parte de la *imaginación antropológica*, en la medida en que trascienda las restricciones del trabajo de campo “típico” centrado en las relaciones cara a cara, puede

proveer un adecuado marco para la resignificación de las categorías con que esas formas son pensadas por las ciencias sociales.

El desafío es el de continuar insistiendo en un abordaje empírico de los procesos mediáticos que busque activamente no resultar, como temía Livingstone (1991), en una visión romantizada de la autonomía interpretativa de los espectadores, o en una tipología de respuestas que no haga más que reforzar el argumento tautológico de la diversidad de las formas de relacionarse con los medios de comunicación.

La diferencia sustantiva entre los estudios de audiencias y su correspondiente “giro etnográfico”, y las investigaciones emprendidas por etnógrafos reside en una interpretación diferente de cuál es el “contexto” que debe ser reconstruido. Los primeros se han centrado en las prácticas domésticas y en las formas variables de organización de la vida cotidiana, mientras que las segundas se han planteado la situacionalidad de los sujetos y de los medios de comunicación en el marco de procesos sociales y culturales amplios que permitan *poner en relación* y, sobre todo, cuestionar las interpretaciones etnocéntricas. Ese movimiento de tensión continua entre lo local y lo *localizado* plantea no pocas dificultades. Sin embargo, aparece como una apuesta fuerte para una investigación sobre los procesos massmediáticos y transnacionales que sea verdaderamente acorde con sus manifestaciones concretas en el contexto histórico latinoamericano.

Bibliografía

- Abu-Lughod, Lila (2005) “La interpretación de la(s) cultura(s) después de la tele visión”, en *Etnografías Contemporáneas* Nº 1. Buenos Aires: UNSAM.
- Bourdieu, Pierre (2003) “Participant Objectivation”. En: *The Journal of the Royal Anthropological Institute*. Vol. 9, Nº2, junio. 281-294.
- Bourdieu, P. y Wacquant, L. (1999) “Sobre las astucias de la razón imperialista”. En: *Apuntes de investigación del CECYP*, Nº 4, Buenos Aires. 9-21.
- Corner, John (1991) “Meaning, Genre and Context: the Problematics of ‘Public Knowledge’ in the New Audience Studies”. En: Curran, James y Gurevitch, Michael (eds.) *Mass media and society*. Londres: Edward Arnold. 267-284.
- Coulon, Alain (1988) *La Etnometodología*. Madrid: Cátedra.
- Geraghty, Christine (1998) “Feminismo y consumo mediático”. En: Curran, James *et al* (eds.) *Estudios culturales y comunicación*. Análisis, producción y con sumo de las políticas de identidad y el posmodernismo. Barcelona: Paidós. 455-479.
- Grassi, Estela (2004) *Políticas y problemas sociales en la sociedad neoliberal. La otra década infame (II)*. Buenos Aires: Espacio Editorial.

- Gravano, Ariel (1995) "La imaginación antropológica. Interpelaciones a la otredad construida y al método antropológico". En: *Publicar en Antropología y Ciencias Sociales*, 5, Año IV, agosto. 71-91.
- Grimson, Alejandro (2002) "Las sendas y las ciénagas de la 'cultura'. La antropología y los estudios de comunicación", en *Tram(p)as de la Comunicación*, La Plata, Universidad de La Plata. 55-75.
- Lander, Eduardo (2000) *La colonialidad del saber*. Eurocentrismo y ciencias sociales. CLACSO.
- Livingstone, Sonia M. (1991) "Audience Reception: the Role of the Viewer in Retelling Romantic Drama". En: Curran, James y Gurevitch, Michael (eds.) *Mass media and society*. Londres: Edward Arnold. 285-306.
- McRobbie, Angela (1998) "More!: nuevas sexualidades en las revistas para chicas y mujeres". En: Curran, James et al (eds.) *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo de las políticas de identidad y el posmodernismo*. Barcelona: Paidós. 263-296.
- Menéndez, Eduardo (2002) "El malestar actual de la antropología o de la casi imposibilidad de pensar lo ideológico". En: *Revista de Antropología Social*. Nº 11. 39-87.
- Morley, David (1996) *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Saïd, Edward W. (2004) *Cultura e Imperialismo*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Santagada, Miguel A. (2000) "El enfoque etnográfico en Comunicación", en: *Constelaciones de la Comunicación*. Año I, Nº1, Septiembre. Buenos Aires: Fundación Walter Benjamin. 106-115.
- Silverstone, Roger (1996) *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Wolf, Mauro (1994) *Sociologías de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra.
- Yúdice, George (2002) "Contrapunteo estadounidense/latinoamericano de los estudios culturales". En: Daniel Mato (coord.) *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*. Caracas: CLACSO y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela. 339-352.