

ESTUDIOS SOBRE

CONSUMOS CULTURALES



EN LA ARGENTINA
CONTEMPORÁNEA

Mabel Grillo
Vanina Papalini
Sebastián Benítez Larghi
COORDINADORES

PISAC



CLACSO



Consejo de Decanos
de Facultades de Ciencias Sociales y Humanas



**Estudios sobre
consumos culturales
en la Argentina
contemporánea**

Equipo de investigación

COORDINADORAS/ES

Mabel Grillo
Vanina Papalini
Sebastián Benítez Larghi

INVESTIGADORAS/ES

Sara Carolina Duek
Juan José Navarro
Marina Moguillansky
Florencia Laura Rovetto
María Soledad Segura

ASESORA CIENTÍFICA

Ana Wortman

**ESTUDIOS SOBRE
CONSUMOS CULTURALES
EN LA ARGENTINA
CONTEMPORÁNEA**

Este libro, igual que todos los que componen la Colección Estados de la Cuestión - Pisac, ha sido evaluado por dos expertos externos al Programa de Investigación sobre la Sociedad Argentina Contemporánea.

**ESTUDIOS SOBRE
CONSUMOS CULTURALES
EN LA ARGENTINA
CONTEMPORÁNEA**

MABEL GRILLO
VANINA PAPALINI
SEBASTIÁN BENÍTEZ LARGHI
(COORDINADORES)



PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN
SOBRE LA SOCIEDAD
ARGENTINA CONTEMPORÁNEA



Consejo de Decanos
de Facultades de Ciencias Sociales y Humanas

Primera edición, 2016

Estudios sobre consumos culturales en la Argentina contemporánea / Mabel Grillo ... [et al.] ; coordinación general de Mabel Grillo; Sebastián Benítez Larghi; Vanina Papalini. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : CLACSO ; Ciudad Autónoma de Buenos Aires : CODESOC - Consejo de Decanos de Facultades de Ciencias Sociales y Humanas. PISAC-Programa de Investigación sobre la Sociedad Argentina Contemporánea, 2016.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-722-221-0

1. Consumo. 2. Cultura. 3. Argentina. I. Grillo, Mabel II. Grillo, Mabel, coord. III. Benítez Larghi, Sebastián, coord. IV. Papalini, Vanina, coord.

CDD 306

Consejo Latinoamericano
de Ciencias Sociales



CLACSO

Conselho Latino-americano
de Ciências Sociais

Secretario Ejecutivo

Pablo Gentili

Directora Académica

Fernanda Saforcada

Área de Producción Editorial y Contenidos Web

Coordinador Editorial: Lucas Sablich

Coordinador de Arte: Marcelo Giardino

Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales -
Conselho Latino-americano de Ciências Sociais
EEUU 1168 | C1101 AAx Ciudad de Buenos Aires | Argentina
Tel [54 11] 4304 9145/9505 | Fax [54 11] 4305 0875 |
e-mail clacso@clacso.edu.ar | web www.clacso.org

CLACSO cuenta con el apoyo de la Agencia Sueca de Desarrollo Internacional  Asdi

Diseño: trineo

Maquetación y corrección de textos: Lucila Schonfeld - edit.ar

Este libro está disponible en texto completo en la Red de Bibliotecas Virtuales de CLACSO

ISBN: 978-987-722-221-0

Fotocopiar libros está penado por la ley.

Prohibida su reproducción total o parcial por cualquier medio de impresión o digital, en forma idéntica, extractada o modificada, en español o en cualquier otro idioma, sin autorización expresa de la editorial.

Impreso en Argentina. Hecho el depósito que marca la ley 11723

ÍNDICE

Presentación

Juan Ignacio Piovani 9

Introducción

Mabel Grillo, Vanina Papalini y Sebastián Benítez Larghi 15

Capítulo 1

El estudio sobre consumos culturales

Mabel Grillo, Vanina Papalini y Sebastián Benítez Larghi 23

Capítulo 2

La teoría en cuestión. Exploraciones y desplazamientos teóricos en los estudios de los medios y las TIC y el cruce comunicación/cultura

Mabel Grillo y Sebastián Benítez Larghi 59

Capítulo 3

Los estudios sobre los públicos de Artes

Vanina Papalini y Marina Moguillansky 85

Capítulo 4

Estudios sobre la lectura de libros de circulación masiva y prensa gráfica

Vanina Papalini y Florencia Rovetto 129

Capítulo 5

Consumo y recepción de radio y televisión

Mabel Grillo y Soledad Segura 177

Capítulo 6

Uso y apropiación de Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Una aproximación a su investigación en la Argentina

Sebastián Benítez Larghi y Carolina Duek 209

Conclusiones

Mabel Grillo, Vanina Papalini y Sebastián Benítez Larghi 237

Acerca de los autores 245

PRESENTACIÓN

ESTE LIBRO ES EL RESULTADO DEL TRABAJO de un equipo de investigadores e investigadoras de diferentes universidades del país que fueron seleccionados/os a través de un concurso nacional con el fin de participar en un proyecto centrado en el análisis de la producción reciente de las ciencias sociales, en el marco del Programa de Investigación sobre la Sociedad Argentina Contemporánea (PISAC).

En efecto, el PISAC asumió la tarea de revisar integralmente la producción escrita de las ciencias sociales en relación con la sociedad argentina contemporánea, teniendo en cuenta la diversidad de enfoques y perspectivas, así como la heterogeneidad regional e institucional de los ámbitos de producción. El objetivo de tal revisión crítica permitiría, en última instancia, construir estados de la cuestión exhaustivos sobre distintos núcleos temáticos referidos a aspectos sociales, políticos, económicos y culturales de la Argentina actual.

Cabe señalar que este proyecto se funda en la rica tradición de investigación social de nuestro país, aunque también reconoce su carácter fragmentado, las asimetrías regionales e institucionales, la tendencia a la “metropolitanización” en la definición de objetos de indagación y en la construcción de interpretaciones científicas, las dificultades para la circulación de los conocimientos y la relativa “invisibilización” de gran parte de la producción, en particular la que se realiza en ámbitos “periféricos”.

El primer desafío que se enfrentó en esta tarea de revisión fue definir los núcleos temáticos, dada la imposibilidad material de cubrir todos los objetos de interés científico-social. En línea con la lógica colaborativa y participativa del Programa se procuró convocar a diversos actores y consensuar un conjunto de núcleos que, además, estuvieran en estrecha relación con las preocupaciones y las tradiciones investigativas de las cuatro

disciplinas que alberga el Consejo de Decanos de Facultades de Ciencias Sociales y Humanas (CODESOC), ámbito institucional de radicación del PISAC: Sociología, Ciencia Política, Trabajo Social y Comunicación Social. Como resultado de este proceso se delimitaron los siguientes núcleos temáticos:

1. Estructura social
2. Condiciones de vida
3. Estado, gobierno y administración pública
4. Ciudadanía, movilización y conflicto social
5. Diversidad sociocultural
6. Consumos culturales

Pero la definición de los núcleos temáticos exigió, además, un trabajo de elaboración que permitiera dotarlos de sustancia. En primer lugar, y atendiendo a que sus denominaciones fueron concebidas como rótulos más bien generales, correspondía preguntarse: ¿qué temas, áreas, campos de interés, dimensiones agrupa cada uno de ellos? Pero también resultaba clave indagar, por un lado, en torno de las hipótesis que se han propuesto en relación con dichos temas, áreas, campos de interés y dimensiones y, por el otro, acerca de los resultados y conclusiones de las investigaciones correspondientes. Finalmente, también parecía oportuno explorar cómo se sitúan las producciones de las ciencias sociales argentinas en los debates nacionales e internacionales sobre cada tema.

Para abordar estas preguntas se consideró fundamental contar con un documento marco en el que se diera cuenta, preliminarmente, de los diferentes temas, ejes problemáticos, debates y perspectivas teóricas relacionadas con cada núcleo temático. En estos documentos quedó en evidencia el carácter multidimensional de los núcleos seleccionados, cuya operacionalización permitió articular una amplia gama de problemas de interés de las ciencias sociales contemporáneas, desde estratificación y movilidad social hasta consumos de arte, pasando por desigualdad, pobreza, migraciones, género y sexualidad, mercados de trabajo, ruralidad, hábitat, salud, educación, desarrollo, políticas públicas, movimientos sociales, protesta social, acción colectiva, religiosidad, medios de comunicación, apropiación de nuevas tecnologías, entre muchos otros.

Para poder contar con materiales de análisis concretos se debió conformar un *corpus*, y para ello la propuesta consistió en llevar a cabo un muestreo intencional organizado a partir de un conjunto de matrices:

1. Matriz de *temas / dimensiones / perspectivas* (teóricas y metodológicas) / *problemas / hipótesis* (elaborada sobre la base de los documentos marco ya mencionados).
2. Matriz de *regiones / instituciones / perfiles de autores*. En cuanto a las regiones se tuvo en cuenta un doble aspecto: a) producida en *x* región; y b) producida sobre, acerca de *x* región.
3. Matriz de *tipo de publicación* (libro / capítulo / artículo / ponencia) - *tipo de trabajo* (ensayo / investigación teórica / investigación empírica, etcétera).
4. Matriz de *dimensión temporal* (delimitación temporal como *objeto de análisis* y como *fecha de publicación*).

La yuxtaposición o combinación de las diferentes matrices, que generó una complejidad creciente, permitió reconstruir la heterogeneidad del campo de producción académica sobre la base de las dimensiones consideradas. Obviamente, no se pretendía cubrir hasta el más mínimo detalle todos los “espacios” producidos a partir de la combinación de las matrices. En cambio, la idea fue tomarlos como un marco de referencia que hiciera posible la concreción de la exhaustividad (en relación con los múltiples aspectos de relevancia para el PISAC) y de visibilidad de las producciones “periféricas” (en cuanto a la perspectiva, tema, ámbito de producción, soporte de publicación, etc.). En definitiva, se pretendía evitar que el análisis se concentrara en un único tipo de producción, en pocos autores de una misma región o institución y acerca un mismo tema (o dimensión) y/o sobre perspectivas muy afines entre sí.¹

¹ Resulta claro que al conformar un *corpus* a partir de este esquema de matrices se puede resolver el problema de cómo dar cuenta de la heterogeneidad de la producción; pero se corre el riesgo de perder de vista que en un campo determinado no todas las producciones cuentan del mismo modo (reconocimiento, impacto, carácter hegemónico o alternativo, etc.). Por este motivo, se consideraron otros elementos que permitieran contextualizar las producciones seleccionadas atendiendo a los elementos apenas señalados.

Para hacer operativa la búsqueda y posterior selección de materiales se recurrió a una serie de estrategias y fuentes complementarias:

1. Búsqueda a través de bases de datos o repositorios, usando filtros, palabras clave y descriptores.
2. Búsqueda e identificación a través de colegios invisibles y referencias de informantes clave (expertos en la materia).
3. Búsqueda a través de listados de revistas → índices de artículos / índices de autores.
4. Búsqueda a través de listados de editoriales → colecciones de libros → títulos de libros → índices de libros.
5. Búsqueda a través de listados de congresos → listados de mesas temáticas → índices de ponencias / índices de autores.
6. Búsqueda basada en la exploración de los listados de centros e institutos de investigación → equipos → líneas → proyectos → producciones enmarcadas en los proyectos.
7. Búsqueda a partir de una estrategia “bola de nieve”, tomando las referencias bibliográficas de otros trabajos identificados / seleccionados con anterioridad.

Dado que las bases de datos internacionales se restringen a la producción indizada y, dentro de ella, tienden a subvalorar los libros y las ponencias de congresos, así como las revistas periféricas (en este caso la mayoría de las publicadas en la Argentina), resultó fundamental recurrir a las estrategias complementarias indicadas más arriba. Pero para poder llevarlas a cabo fue necesario, en varios casos, realizar una minuciosa tarea de elaboración *ad hoc* de bases de datos (por ejemplo de revistas de ciencias sociales publicadas en la Argentina; de congresos, jornadas y encuentros; o de editoriales y catálogos de libros) a partir de las cuales poder rastrear y seleccionar producciones específicas.

En sentido estricto, los trabajos que conformaron el *corpus* se limitan al período comprendido entre los inicios de la década de 2000 y los primeros años de la de 2010. En sentido amplio, el ciclo analizado en la investigación (y en la producción resultante) abarcó desde la recuperación democrática hasta la actualidad. Por lo tanto, si bien se trabajó en detalle con las publicaciones más recientes, se requirió la revisión puntual de

textos de períodos anteriores con el fin de facilitar la elaboración de estados de la cuestión que recuperaran un sentido diacrónico en relación con los temas y debates abordados en cada núcleo temático.

El producto final de cada uno de los seis proyectos enmarcados en esta línea de investigación es un libro, como el que aquí se presenta, que se centra en la exposición sistemática del estado de la cuestión, y que se organiza a partir de una serie de interrogantes interrelacionadas:

- ¿Qué se ha preguntado la sociedad argentina sobre el tema x ?
- ¿Qué se han preguntado las ciencias sociales sobre el tema x ; o cómo han recuperado y problematizado desde un punto de vista científico las preguntas de la sociedad?
- ¿Cuáles son los principales saberes de las ciencias sociales en relación con el tema x ?
- ¿Cuáles han sido las principales perspectivas, en el mundo y en Argentina, para estudiar el tema x ?
- ¿Cuáles son las ideas centrales y las diferencias entre las perspectivas que abordan los distintos subtemas relacionados con el tema x ?

Por sus características, se espera que estos libros se conviertan rápidamente en textos de referencia para la formación universitaria, en la medida en que presentan de modo sistemático y exhaustivo la producción argentina reciente sobre temas de interés para muchos de los cursos de grado y posgrado que conforman los planes de estudio de las carreras de ciencias sociales.

Dr. Juan Ignacio Piovani
Director del Programa de Investigación
sobre la Sociedad Argentina Contemporánea (PISAC)

INTRODUCCIÓN

Mabel Grillo, Vanina Papalini y Sebastián Benítez Larghi

ESTE LIBRO MUESTRA LOS RESULTADOS de una investigación cuyo objetivo fue explorar la producción académica sobre Consumos Culturales en la Argentina en el período 2000-2012. Con el fin de poder delimitar el alcance del estudio, en un primer momento se definieron las dimensiones que esta indagación atendería, teniendo en cuenta que los consumos culturales generalmente abarcan prácticas, o conjunto de prácticas, numerosas y diversas. Se decidió seguir el camino de la definición convencional. Es decir, se contemplaron aquellas publicaciones que tratan los fenómenos estudiados bajo el paraguas de esa expresión e investigaciones reconocidas tradicionalmente en el país que son comentadas tanto en el marco referencial como en otros capítulos de esta obra.

En este sentido, los textos analizados sustentan argumentos, o son producto de investigaciones, que examinan la asistencia a cines, teatros, festivales y fiestas populares, las audiencias y los públicos de radio y televisión, la lectura de prensa gráfica y de libros de circulación masiva y el uso y la apropiación de tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Si bien pueden existir referencias a investigaciones o estudios que incluyan prácticas diferentes, las citadas son las que aparecen más recurrentemente estudiadas en las publicaciones que pueden enmarcarse como estudios dirigidos a registrar prácticas y hábitos vinculados a los consumos de bienes culturales en el país en la última década.

El papel de los organismos del Estado fue decisivo en el desarrollo de los estudios de gran alcance realizados sobre el tema en el país, desde la década de 1980 hasta los últimos años. Son investigaciones basadas en encuestas con muestras estratificadas por edad y nivel socioeconómico, que se realizaron en grandes centros urbanos del país y que registraron un gran número de casos. En las universidades y centros de investigación, en

cambio, los relevamientos del tipo de la encuesta aplicada a muestras representativas se han utilizado solamente en algunos estudios de alcance local. Dos cuestiones podrían explicar esta diferencia en la cantidad de investigaciones sobre consumos culturales en ambas esferas. Una es el alto costo que implica para los presupuestos otorgados a las investigaciones académicas en las universidades argentinas. Los estudios realizados por los organismos estatales, por ejemplo, los realizados por el Sistema Nacional de Consumos Culturales (SNCC) publicados en 2005, 2006, 2008 o por el Sistema de Información Cultural de la Argentina publicado en 2013, tuvieron muestras de más de tres mil casos distribuidos en todo el país. No obstante, es posible imaginar que se podrían haber multiplicado los estudios locales de más corto alcance espacial y, en consecuencia, menor costo. Es entonces cuando se advierte la segunda cuestión: la importancia de otros obstáculos para la multiplicación de estudios sobre consumos culturales semejantes a los realizados por los organismos del Estado. Estas dificultades se vinculan al tipo de investigaciones académicas en ciencias sociales y humanas predominantes tanto en las universidades como en los centros de investigación del país, ámbitos en los cuales se registraron las producciones analizadas en este trabajo. En estos espacios académicos, el estudio de las instancias de la circulación de bienes culturales y las prácticas vinculadas a ese proceso generalmente sigue metodologías cualitativas o de análisis de discurso. Están orientados a la práctica de la recepción y en este marco, tratan de interpretar problemáticas vinculadas a los modos de apropiación diferencial de los bienes simbólicos por parte de los actores sociales o, como se dijo, se dedican al análisis semiótico de los sentidos circulantes en las producciones culturales. La huida del positivismo, asociado a las metodologías cuantitativas adoptadas en los estudios del consumo de bienes culturales; el retorno al sujeto –ejemplificado en este problema en el largo reinado de los estudios de recepción– y el giro lingüístico –que consolidó los estudios del significado de los textos de las producciones culturales– conspiran contra el interés académico por los estudios sobre consumos culturales desde lógicas objetivistas.

Para comprender la tradición canónica de las investigaciones sobre consumos culturales siguiendo metodología cuantitativa, es decir, realizando estudios a gran escala en la búsqueda de las frecuencias de prácticas tales como el consumo de medios, la asistencia al cine o al teatro, la lec-

tura de libros y diarios, escuchar música o asistir a festivales, es necesario dar una respuesta conceptual al problema. Es decir, hay que dar cuenta de la decisión teórica que orienta hacia esta estrategia metodológica. Esta cuestión será abordada en el capítulo referido a los debates teóricos y metodológicos realizados sobre la cuestión desde el año 2000 hasta la fecha en el país. No obstante, como también se justificará en algunos de los capítulos del libro, el presente relevamiento incluye los estudios de recepción en la medida que, repetidamente, los autores de esos estudios recurren al consumo, o bien como una práctica asociada indisolublemente a la recepción, o bien confundido con ella.

Se dijo antes que los organismos del Estado jugaron un papel decisivo en el desarrollo de los estudios sobre consumos culturales. La razón que muchas veces sustenta la realización de estos estudios es su utilidad para la formulación de políticas públicas vinculadas a la producción y circulación de los bienes simbólicos. Qué es lo que los grandes públicos ven, leen o escuchan y a qué espectáculos asisten son interrogantes que exigen respuestas bastante precisas cuando se proyectan normativas orientadas a regular la propiedad, los contenidos o la circulación de estos bienes.

Los antecedentes expuestos sobre las diferencias entre las producciones académicas y las realizadas por los organismos del Estado dan pistas para interpretar que, a pesar de que en este trabajo se estudian las producciones académicas, en realidad son las investigaciones realizadas por los organismos del Estado las que originaron y consolidaron el campo de estudios de los consumos culturales en el país. Existen algunas investigaciones puntuales que bajo esa denominación se realizaron en ámbitos universitarios; sus publicaciones serán recuperadas recurrentemente a lo largo del libro.

El estudio de los consumos culturales requiere una delimitación conceptualmente estrecha de la cultura. Como sostiene Luis Alberto Quevedo, uno de los autores pioneros de estos estudios en el país, mentor o participante de gran parte de los estudios realizados por los organismos del Estado en Argentina, para captar el problema es “necesario alejarse de las definiciones panculturales”.¹ Es por ello que, en términos generales, en

¹ En entrevista personal mantenida por Sebastián Benítez Larghi el martes 7 de mayo de 2013. Quevedo además de intervenir en la investigación dirigida por Néstor García

todas estas investigaciones se siguieron definiciones operativas que incluían dentro de los consumos culturales a las prácticas que se citan seguidamente y que aquí guiarán la selección de los trabajos considerados como estudios referidos al problema en el país.

En el marco de lo expuesto, en el estudio cuyo resultados se exponen en este libro se registraron publicaciones referidas a: consumo, recepción, apropiación, uso de radio y televisión; uso, apropiación, consumo, empleo, aplicación de TIC; lecturas de prensa y producciones gráficas; públicos de artes y espectáculos masivos y se agregó un quinto eje dirigido a identificar trabajos que trataran problemas teóricos y metodológicos que presenta el estudio de los consumos culturales.

Una vez que se adoptara esta definición de las dimensiones a considerar se realizó un relevamiento general de la producción sobre esos ejes en centros académicos y departamentos universitarios del país. Siguiendo los criterios del Programa de Investigación de la Sociedad Argentina Contemporánea (PISAC) que se propuso observar la producción académica atendiendo a su distribución en todo el territorio nacional, este se dividió en ocho regiones: Pampeana, Noroeste argentino (NOA), Patagonia, Noreste argentino (NEA), Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Capital), Centro, Metropolitana y Cuyo. Identificadas las universidades y centros de investigación distribuidos en cada una de esas regiones, se registraron las publicaciones sobre consumos culturales que respondieran a alguno de los siguientes formatos: ponencias, artículo de revistas, capítulos de libros y libros. A partir de la distribución inicial por regiones y atendiendo a los ejes temáticos o dimensiones ya referidos, se trató de incluir producciones que respondieran a esos diferentes formatos.

En pocas palabras: en cada región se identificaron producciones sobre las dimensiones centrales definidas inicialmente que además cubrieran la variedad de formatos de publicación expuestas. Siguiendo estos criterios y teniendo en cuenta sus cruces se seleccionó un corpus de manera intencional que concluyó con la selección de 105 producciones. Las diferencias en la cantidad de casos que ingresaron al corpus por región responden al ta-

Canclini, promovida por CLACSO, sobre consumos culturales en varios países, participó de diversos acuerdos para propiciar estudios sobre el tema en el marco del convenio Andrés Bello.

maño de la población de producciones que se identificaron en cada una de ellas. De esta manera, se seleccionaron ocho publicaciones de la Patagonia, diez en cada una de las siguientes regiones: NOA, Cuyo y NEA, 12 de la región Metropolitana, 18 casos de Capital y 18 de la región Pampeana y 19 de la región Centro.

La producción sobre Consumos Culturales se diferencia por regiones especialmente según los ejes temáticos definidos como dimensiones conceptuales. Si bien en todas las regiones se identificaron producciones vinculadas a casi todos esos ejes, en algunas de ellas se observó una predominancia de trabajos orientados hacia alguna o algunas temáticas, en particular. Así, la región Centro se caracterizó por presentar una mayor proporción de trabajos vinculados al consumo y recepción de medios; la región Pampeana fue la que presentó mayor cantidad de producciones vinculadas a TIC y en la región del NOA se observó la más alta proporción de publicaciones referidas a públicos de festivales, fiestas populares y arte. En las demás regiones no aparecen temáticas privilegiadas con claridad.

En una segunda etapa de la investigación, una vez seleccionado el corpus, se realizaron dos tipos de análisis de los textos que lo integraban. Primeramente se elaboró una grilla descriptiva detallando las características formales de esas publicaciones y luego un informe interpretativo sobre su contenido. A partir de ambos análisis se realizaron los informes que condujeron a la escritura de los capítulos de esta obra.

En el primer capítulo Mabel Grillo, Vanina Papalini y Sebastián Benítez Larghi presentan un panorama de la genealogía de la expresión *consumos culturales* dando cuenta detallada de la línea que une a Pierre Bourdieu, quizás el autor emblemático de este campo de estudios, con los Estudios Culturales latinoamericanos, en especial con Néstor García Canclini. Precisamente, fue García Canclini quien dirigió un programa de investigación sobre consumos culturales en la región que reunió a prestigiosos académicos de varios países y produjo numerosas publicaciones, entre las que se encuentran los antecedentes más importantes del campo de estudios sobre los consumos culturales en el país. En este capítulo también se destacan las investigaciones sobre consumos culturales más importantes realizadas en Argentina antes del 2000, año que marca el inicio del período al que corresponden las publicaciones relevadas, en la medida en que son trabajos pioneros de los estudios del campo en el país. Una ins-

tancia central de la circulación de los bienes culturales, además del consumo y la recepción, es la apropiación; en la última parte de este capítulo se propone un recorte de su alcance conceptual vinculándola tanto a los bienes simbólicos en general como a las TIC.

Mabel Grillo y Sebastián Benítez Larghi son los autores del segundo capítulo, dedicado a identificar los rasgos salientes de las producciones dirigidas a proponer avances interpretativos, reflexionar e imaginar respuestas para los problemas teóricos del campo de estudios de las prácticas y los consumos culturales, en particular los referidos al consumo, recepción y apropiación de medios y TIC, en el país. Para los autores, el corpus analizado presenta tres grandes rasgos que caracterizan el estilo que asume la reflexión teórica sobre las prácticas asociadas a los consumos culturales en la Argentina contemporánea. Ellos son la revisión, propuestas y exploraciones, la búsqueda de verificación y la emergencia de desplazamientos. En otras palabras, y en el marco de lo argumentado en otros capítulos de este libro, los trabajos aquí incluidos constituyen aportes, exploraciones y debates o revisiones bibliográficas generalmente con un formato ensayístico o como preludio de investigaciones empíricas. En términos generales, puede decirse que predomina la revisión construida ya sea mediante un corte sincrónico desde el cual se da cuenta de un estado actual de la cuestión en términos de las corrientes teóricas existentes en cada temática, o desde la trayectoria conceptual que ha tenido el tratamiento teórico de alguna práctica o algunas de las dimensiones específicas del problema en estudio. Un área temática que se ha constituido en el período como problema de exploraciones teóricas es la relación entre comunicación y cultura. Por otro lado, el estudio de las TIC sugiere renovaciones teóricas para las investigaciones sobre consumos culturales en la variedad de sus diferentes expresiones, soportes y dispositivos.

En el tercer capítulo, dedicado a los públicos de las prácticas artísticas, Vanina Papalini y Marina Mognillansky se ocupan de revisar los estudios centrados en la recepción de las artes, incluyendo museos, artes plásticas y visuales; cine; danza y festivales; teatro; música y baile. “Danza y festivales” no se refiere estrictamente a las danzas escénicas: como se ve en el caso de los festivales o danzas callejeras, en muchos casos los públicos no son meros espectadores. La danza se diferencia del baile por el acento puesto en la coreografía, mientras que el baile tiene como dato crucial la música y

puede referirse tanto a un espacio específico preparado para bailar —donde la música aparece como complemento necesario— como los espacios que se abren a partir de una escena en la que la ejecución musical en vivo y el baile mismo están en un plano de igualdad. A partir de una primera síntesis de las grandes perspectivas teóricas desde donde estos objetos de estudio son abordados, el capítulo explora los antecedentes de estas investigaciones en la Argentina y las investigaciones del período 2000-2012, identificando las convergencias temáticas, teóricas y metodológicas. También se relevan algunas investigaciones que abordan las prácticas artísticas desde perspectivas innovadoras y, finalmente, se introducen algunas consideraciones sobre las agendas pendientes.

El cuarto capítulo se concentra en la lectura de libros de circulación masiva y prensa gráfica. Las autoras, Vanina Papalini y Florencia Rovetto, se interesan por un tipo de recepción con larga trayectoria en las ciencias sociales: la recepción literaria, por un lado, y los públicos de la prensa por otro. Cada objeto de estudio propone genealogías diferentes que, sin embargo, comparten la preocupación por la lectura como práctica común a ambos. El panorama de las teorías generales es recortado a la presentación de grandes perspectivas para dar lugar a un desarrollo más extenso sobre los estudios pioneros en Argentina. El apartado sobre las investigaciones de los públicos lectores 2000-2012 se desagrega en “Literatura de circulación masiva” (novelas y folletines, paraliteraturas juveniles, historietas y libros de autoayuda), “Prensa gráfica” (que incluye la historia de los medios y sus públicos), “Públicos lectores” en general, abordados en investigaciones cuantitativas y “Literatura *on line*”, que incluye tanto la preocupación por las nuevas formas de gestar el conocimiento como los análisis sobre la prensa *on line* y sus lectores. Por último, se destacan algunas investigaciones aisladas con objetos de estudio originales, tales como la lectura de novela rosa. Las conclusiones proponen un balance del panorama desplegado.

El quinto capítulo, escrito por Mabel Grillo y Soledad Segura, se refiere a los estudios sobre consumo y recepción de radio y televisión y trata, en su primera parte la trayectoria teórica que ha tenido el estudio de la radio y la televisión, especialmente en América Latina y en la Argentina. Luego, se analizan las producciones del período sobre el tema en la Argentina en términos de los siguientes ejes: la mayor o menor asimetría de poder que se otorga a estos medios y a sus públicos. También, cuál es la principal capaci-

dad que se adjudica a la radio y a la televisión; es decir, la radio y la televisión se estudian como motores del entretenimiento, como fuente de información, como factor de integración o de distinción social, como espacios para el debate público o como dispositivos de manipulación o entorpecimiento de las demandas ciudadanas. Además, cuál es el espacio imaginado de actuación de estos medios: la nación, la ciudad, la sociedad, lo global, el mercado o contextos domésticos como el hogar y la familia. Asimismo se exponen las metodologías seguidas en los trabajos que se exploran y el origen privilegiado de la bibliografía utilizada. Para las autoras, las características más positivas de las producciones sobre el tema es la variedad metodológica de las investigaciones cuyos resultados se informan en estas publicaciones y la procedencia diversa de la bibliografía retomada. La carencia más saliente es la escasa precisión conceptual de términos centrales como son consumo, recepción y apropiación y la ambigua relación que se establece entre estas y otras prácticas así como con características de la población estudiada.

El sexto capítulo, escrito por Sebastián Benítez Larghi y Carolina Duek, está dedicado al consumo y apropiación de TIC. Recorre los contornos de un sub-campo en formación como el de los estudios de los usos y apropiaciones de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC). Allí los autores revisan críticamente parte de la literatura desarrollada en la Argentina contemporánea tomando como punto de partida tres hipótesis respecto a la construcción del objeto de estudio y los métodos escogidos para abordarlo. Luego de constatar dichas hipótesis mediante ejemplos, discusiones y debates presentes en el corpus analizado, los autores concluyen que existe una tensión constitutiva de este sub-campo entre el ritmo vertiginoso de transformación del objeto de estudio y el anclaje temporal de las investigaciones que intentan aprehenderlo.

Finalmente, se presentan las conclusiones generales de toda la investigación, elaboradas por los tres coordinadores, Mabel Grillo, Vanina Papani y Sebastián Benítez Larghi, se identifican los desafíos pendientes y se proponen líneas de interpretación posibles sobre el panorama de la investigación académica que aborda, en la primera década del siglo XXI, el problema de los consumos culturales en la Argentina.

EL ESTUDIO SOBRE CONSUMOS CULTURALES

Mabel Grillo, Vanina Papalini y Sebastián Benítez Larghi

EL CAMPO DE ESTUDIOS DE LOS CONSUMOS CULTURALES resulta de un cruce de disciplinas y enfoques variados en el que se expresan diversas concepciones sobre lo social con resonancias tanto en los debates teóricos como en la investigación empírica. En este marco, el objetivo de relevar la producción académica sobre el tema necesitó de una delimitación conceptual que, contemplando ese estado de cosas, al mismo tiempo, permitiera demarcar límites que tornaran factible la exploración. Así, se decidió la identificación de trabajos que discutieran teóricamente o presentaran resultados de investigaciones empíricas sobre el consumo, la recepción, la apropiación y el uso de bienes culturales y el uso y apropiación de TIC. Este recorte trata de coincidir con la tradición de los estudios locales más significativos del ámbito nacional como son los realizados por el Sistema Nacional de Consumos Culturales (SNCC) publicados en agosto de 2005 (N° 1), marzo de 2006 (N° 2), noviembre de 2006 (N° 3) y mayo de 2008 (N° 4), por la Secretaría de Medios de Comunicación.¹

Estas encuestas sucesivamente obtuvieron resultados a nivel nacional sobre consumo de música, libros, concurrencia a bibliotecas, consulta de textos en Internet, alquiler de videos, concurrencia al teatro y preferencias en general, así como de gastos en consumos de bienes culturales por familia, hábitos informativos por los medios e Internet, usos del celular y tecnologías disponibles y sus usos en el hogar. A su vez, en los últimos años se han constituido en el país observatorios dedicados a analizar la producción, la circulación y el consumo de bienes producidos por las industrias culturales, como los que existen en las ciudades de Mar del Plata, La Plata, Córdoba, La Rioja

¹ Organismo dependiente de la Jefatura de Gabinete de Ministros de la Presidencia de la Nación.

y Buenos Aires. Por ejemplo, el Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires publica periódicamente, desde el año 2004, resultados de diversos estudios sobre consumo de medios en general, de música, lectura de libros, asistencia al cine y usos de Internet.

Además, entre otros trabajos dedicados a los consumos culturales antes del año 2000 en la Argentina se puede citar la publicación del CEDES (1990) “Públicos y consumos culturales de Buenos Aires”, en la cual Oscar Landi, Adriana Vacchieri y Luis Alberto Quevedo dan cuenta de los resultados locales del proyecto promovido por CLACSO y dirigido por García Canclini en varios países latinoamericanos, citado en el apartado anterior. También, el proyecto dirigido por Héctor Schmucler (UNCórdoba) y Patricia Terrero (UBA, UNER) entre los años 1996 y 1998 titulado “Nuevas tecnologías y nuevos usos de los medios de comunicación en América Latina. Su relación con los cambios políticos y culturales entre 1970 y 1990”, que procuró identificar asociaciones entre tiempo de ocio, prácticas culturales y consumo de medios. Los resultados del trabajo dirigido por Terrero en las ciudades de Santa Fe y Paraná, entre 1979 y 1990, fueron publicados por la Universidad Nacional de Entre Ríos en 1999 con el título “Culturas locales y cambio tecnológico” (Terrero, 1999).

A su vez, en 1997, se publicó el trabajo de María Cristina Mata *Públicos y consumos culturales en Córdoba*, entre cuyos objetivos se destacan: elaborar un marco conceptual y metodológico consistente para abordar el estudio del consumo de medios y productos culturales masivos y comprender el significado que adquieren para diferentes sectores y grupos sociales. Algunos trabajos que se desprenden de estas investigaciones fueron publicados en la revista *Diálogos de la comunicación* N° 49 (1997) y en el libro coordinado por Guillermo Sunkel (1999), al cual se hará referencia más adelante. Al abordar la producción nacional pionera sobre el tema, se presentarán los puntos salientes de todos estos estudios.

Las ciencias sociales y los consumos culturales: de Bourdieu a García Canclini en los estudios de América Latina

Entre las controversias más relevantes vinculadas al estudio de los consumos culturales se encuentra la referida a la definición de aquello denominado

cultural. Quizá la más significativa se da entre quienes designan como cultural a los distintos “modos de ser en el mundo” y quienes con ello aluden a la esfera de la producción y el consumo de materiales y bienes artísticos, recreativos y, en ocasiones, también educativos. Ambos enfoques podrían ser rápidamente representados, respectivamente, por el *modo antropológico* de comprender la cultura y por una tradición que se ocupa de estudiar la producción, circulación y el consumo de productos de la *industria cultural*, cuya expresión más reconocida es la de la Escuela de Frankfurt, especialmente en la tradición de Adorno y Horkheimer.

En los últimos treinta años ha sido ampliamente difundido y apropiado en el campo de las ciencias sociales un autor que por las características de sus trabajos empíricos, por sus objetos de estudio, pero también por su forma de abordaje de lo cultural, puede decirse que está enclavado en el centro de estas dos grandes tradiciones: se trata de Pierre Bourdieu. Este autor ha dedicado parte de sus obras al tema de los consumos culturales cuando repetidamente refiere a la producción y el consumo de bienes simbólicos en general o, más específicamente, al consumo de la producción artística o, cuando ha teorizado y trabajado de manera empírica los bienes y logros prácticos que integran el capital simbólico.

La influencia de Bourdieu sobre los estudios referidos a consumos culturales en la Argentina ha sido muy importante, especialmente a través de otros autores que lo han recuperado en sus textos, como Néstor García Canclini. Como en este capítulo se pretende exponer si no todas al menos las líneas más desarrolladas en el tema, es necesario recurrir de manera muy puntual al andamiaje teórico de este autor, en cuya obra la categoría que aquí interesa adquiere su sentido más completo.

El recorte posiblemente más pertinente para comprender la perspectiva de Bourdieu sobre los consumos culturales es el que se inicia en sus asunciones y explicaciones sobre la relación existente entre los agentes y lo social, construida alrededor de una difícil articulación entre su deuda teórica con el estructuralismo y la aceptación de algunos supuestos de la fenomenología. No obstante, intenta distanciarse de ambas corrientes de pensamiento. Del estructuralismo, por la imposibilidad que encontró en sus trabajos empíricos para tornar útiles los esquemas interpretativos propuestos por esta perspectiva teórica debido a que “la *lógica práctica* [...] nunca es coherente sino en líneas generales, sino hasta cierto punto”.

Confiesa que le resultó difícil “escapar a esa suerte de exigencia social” que demandaba en su momento respetar “la vulgata estructuralista” (2007: 24). Al tratar de superar ese obstáculo, encuentra aceptables algunas preocupaciones propias de la fenomenología. Dirá, no obstante, que la fenomenología, específicamente Schutz y sus seguidores, presenta el problema de reflexionar de la misma manera que “el conocimiento práctico que toma por objeto”. Por ello, para el autor esta corriente de pensamiento no puede dar cuenta debidamente de “la olvidada cuestión de las condiciones particulares que hacen posible la experiencia dóxica del mundo social” (2007: 44-45).

Esta difícil conjunción es quizás el nutriente más vigoroso de la posición de Bourdieu sobre la práctica de consumir y, en particular, de consumir bienes culturales. Es por ello que sus explicaciones sobre esta práctica se mueven continuamente en un andarivel de dos vías que deben ser leídas superpuestas y con diferentes niveles de determinación, para que no parezcan contradictorias. Una de las vías de acceso a su explicación del consumo de bienes simbólicos es la capacidad de “apropiación” del producto por parte de los consumidores, o bien, “la complicidad” que manifiesta la esfera del consumo con la de la producción, o más aún, “la libertad” que asume la experiencia del consumidor; la otra, es el sistema de enclausamiento en el que esta práctica se instituye, la jerarquización que recrea, las clasificaciones que reproduce (1998: 52-53, 215).

Esta temeraria reintegración de los consumos estéticos en el universo de los consumos ordinarios (contra los cuales no cesan aquellos de definirse) tiene, entre otras virtudes la de recordar que el consumo de bienes sin duda supone siempre, en grados distintos según los bienes y según los consumidores, *un trabajo de apropiación* o, con mayor exactitud, que el consumidor contribuye a *producir el producto que consume* al precio de un trabajo de localización y desciframiento [...] (1998: 98).

El momento en el que el análisis de Bourdieu es más útil para el estudio del consumo de los bienes producidos por la industria cultural, especialmente los medios, pero también el cine, la literatura popular, entre otros de circulación masiva, es cuando resalta la experiencia de “libertad o desinterés” que anima esta práctica en “oposición” a la de necesidad que acompaña el

consumo de una variedad importante de los bienes materiales. Dicho de otra manera: si bien Bourdieu ha orientado su interés especialmente al estudio del campo del arte, en el punto citado, las dimensiones de análisis que propone auxilian la comprensión del consumo de bienes simbólicos de circulación masiva.² Específicamente, porque los estudios de consumo y recepción de medios generalmente resaltan, en los relatos de los propios integrantes de los públicos estudiados, las diferencias y mediaciones que juegan y pesan en el proceso de apropiación de esos bienes. Pero, para Bourdieu, la experiencia que acompaña a la apropiación y funda la complicidad de consumidores con los productores de bienes culturales no responde a la naturaleza constitutiva de la propia práctica del *consumir* sino al carácter escindido de las determinaciones de lo social que caracteriza al consumo de bienes simbólicos. Esta percepción de “no obligatoriedad” no hace otra cosa que permitir y asegurar la participación activa en el mantenimiento de las “armonías preestablecidas” entre diversas esferas de la producción y el consumo, como lo son las industrias culturales y sus públicos, entre quienes los medios y otros dispositivos tecnológicos actuarían como intermediarios (1998: 327). Esas *armonías preestablecidas* que dominan lo social constituyen la esfera de las determinaciones “enclasantes” que otorgan el carácter “enclasado” de las prácticas de consumo.

Para Bourdieu el objetivo de la ciencia es objetivar este escenario de prácticas percibido libre por el consumidor por la adhesión dóxica que asume. Debe demostrar las posibilidades que ofrece y se manifiestan en los usos sociales y las disposiciones de los agentes, “es decir los esquemas de percepción de apreciación y de acción que constituirán su *utilidad* objetiva en un *uso* práctico” (1998: 98). Este esquema de percepción es el *habitus* que por su obligación muda habilita en los consumidores una forma de transformar “la necesidad en virtud”, ejemplificada por el autor con las opciones por parte de los consumidores del gusto “apropiado” a la posición que ocupan (2007: 88-91; 2010: 268). Esta concepción de Bourdieu es quizá la que más críticas ha recibido, aún entre quienes retoman sus

² La posición de Bourdieu con respecto a los medios de comunicación fue cambiando; mientras al comienzo consideró elitista la posición de los autores de la Escuela de Frankfurt, en sus trabajos sobre los medios que están entre sus últimas producciones parte de supuestos que pueden considerarse similares a los de esta perspectiva.

aportes en el estudio del consumo de bienes culturales en la sociedad contemporánea. Bernard Lahire, por ejemplo, sostiene que “no todo se vive a la manera de *la necesidad hecha virtud*, “a la manera del amor de lo necesario [...] aquello a lo que no se ha podido escapar”. Para Lahire el modelo de “la coerción objetiva exterior transformada en motor interior, en gusto o pasión personal, en necesidad vital” no resiste demasiadas pruebas empíricas. Admite que el dominio práctico es una condición favorable para la aparición “del deseo de hacer” pero desde su perspectiva esta relación no es determinante. Sostiene que las encuestas sobre prácticas culturales muestran que deben separarse “competencias” de “apetencias”, es decir aquello que dominamos de lo que nos gusta hacer. En sus estudios ha encontrado lectores asiduos entre quienes no dominan totalmente la práctica; también, que frente a algunos cambios de contexto de la propia situación vital las personas experimentan sus antiguas prácticas “como ajenas”. El argumento central de Lahire es que en el terreno de las prácticas culturales los hábitos interiorizados precozmente en condiciones favorables – sin incoherencias, contradicciones ni interferencias– si pueden actualizarse de manera socialmente gratificante permiten el surgimiento de lo que denominamos “pasión”, “impulso” o “deseo” (2005: 155).

Pero, las raíces del pensamiento de Bourdieu lo orientan a buscar explicaciones en el orden estructural y macrosocial de la vida social. Es por ello que reclama a los economistas la debida atención al fenómeno que parecen haber ignorado por el cual existen “*condiciones económicas*” que producen “*las disposiciones postuladas por la economía*”. En sus palabras, los economistas debieran reconocer “los determinantes económicos y sociales de los gustos, para percibir la necesidad de inscribir en la definición completa del producto, las *experiencias diferenciales* que de ellos hacen los consumidores, con arreglo a las disposiciones debidas a su posición en el espacio económico” (1998: 99).

Es entonces cuando las resonancias de la obra de Marcel Mauss son evidentes. Para este autor en todas las sociedades humanas se dan una serie de derechos y deberes de consumir y devolver correspondientes a los derechos y deberes de ofrecer y recibir. Decía Mauss en su obra de 1937:

Sobre estos temas tan complejos y sobre esta multitud de cosas sociales en movimiento, queremos aquí tomar en consideración un solo rasgo profundo

pero aislado: el carácter voluntario, por así decirlo, aparentemente libre y gratuito y, sin embargo, obligatorio e interesado de esas prestaciones; prestaciones que han revestido casi siempre la forma de presente, de regalo ofrecido generosamente incluso cuando, en ese gesto que acompaña la transacción, no hay más que ficción, formalismo y mentira social, y cuando en el fondo lo que hay es la obligación y el interés económico” (1979: 157).

Aunque, con un discurso propio de su objeto y de su tiempo, seguidamente, Mauss advierte acerca de aquello que las sociedades intercambian:

[...] no son exclusivamente bienes o riquezas, muebles o inmuebles, cosas útiles económicamente; son sobre todo gentilezas, festines, ritos, servicios militares, mujeres, niños, danzas, ferias en las que el mercado ocupa solo uno de los momentos, y en las que la circulación de riquezas es solo uno de los términos de un contrato mucho más general y permanente (1979: 160).

Siguiendo esta línea interpretativa, al recuperar la teoría del intercambio de dones de Mauss, el aporte de Bourdieu a la comprensión de la práctica de consumir bienes culturales es el de la obligación que instituye. La interpretación de la experiencia de decisión que acompaña al consumidor en su condición de participante de un intercambio asimétrico, está abonada por la adhesión moral y afectiva que el donante obliga sin decirlo (véase Ferrante, 2008: 58).³

Como se dijo, será el tratamiento del nivel de determinación estructural que Bourdieu postula sobre el consumo de bienes culturales, el factor que generalmente lo diferencia de numerosos autores que estudian el tema. Aún, de aquellos que asumen el papel clasificador que juega esta práctica en las relaciones sociales y el poder que instituye el proceso general de producción y circulación de bienes simbólicos. En este sentido, la vinculación del consumo de bienes simbólicos asociado tanto a procesos de identificación grupal como a categorías sociales es una de las preocupaciones de los Estudios Culturales pero la influencia de su obra fue dife-

³ Ferrante expone los ligamentos, conexiones y diferencias que unen a Bourdieu con Mauss, por un lado, y con Merleau Ponty, por el otro, de una manera que ilumina el argumento expuesto (2008: 58).

rente según la región de producción académica en la cual se observa la producción de esta corriente (López de Ayala, 2004: 180).⁴ Es en los Estudios Culturales latinoamericanos en los cuales el diálogo con sus obras es frecuente y profundo. Una explicación podría ser el papel que ocupa la clase social en la teoría bourdieuana como categoría explicativa de las prácticas culturales. En general, el pensamiento latinoamericano ha sido sensible a la introducción de la cuestión de clase en la interpretación de problemas clave de los estudios socioculturales. Por su parte, el abordaje típicamente transdisciplinar de los Estudios Culturales permitió problematizar, especialmente, las complejas relaciones entre la clase y las identidades culturales étnicas, regionales y, más específicamente, con un espectro de problemas de estudios interpretados repetidamente en el pensamiento latinoamericano desde *lo popular*.

Se puede decir que el tipo histórico de modernización latinoamericana, sus particulares modos de articulación con culturas nativas y tradicionales, y las perspectivas clásicas sobre lo popular en el pensamiento local referido tanto a lo político como a lo sociocultural constituyeron el abono necesario para que en la región hubiera una vasta e interesante producción identificada con los Estudios Culturales. En los Estudios Culturales latinoamericanos, la mediación cultural es extensamente recuperada en los trabajos sobre consumo de bienes simbólicos bajo la premisa de que en estas prácticas no solo hay complicidades sino réplica, resistencia, decodificaciones activas, por parte de los diversos grupos sociales, en particular los sectores populares. Para Jesús Martín Barbero, uno de los principales representantes de los Estudios Culturales latinoamericanos, el concepto de consumo, tal como ha sido elaborado por García Canclini “siguiendo de cerca la concepción elaborada por Bourdieu pero rebasándola” es clave para comprender la producción de las culturales populares en América

⁴ En los estudios culturales británicos hay un trabajo de Garnham y Williams (1980) dedicado a su obra. También en un texto de gran circulación editado por Silverstone y Hirsch (1992), la obra de Bourdieu es referida reiteradamente. No obstante, otros autores, como Pertti Alasuutari (1999), por ejemplo, recuperan algunas de sus nociones aisladamente. Sobre el trabajo de Garnham y Williams, Mattelart y Neveu (2004: 69) sostienen que allí, estos autores dan cuenta del “costo por el desencuentro” que los Estudios Culturales británicos tuvieron con Bourdieu (2003: 69).

Latina, en la medida en que “hace una propuesta no culturalista pero tampoco reproductivista del consumo” (1999: 21-22).⁵

Néstor García Canclini es recurrentemente identificado entre los impulsores iniciales en América Latina del estudio de uno de los momentos del proceso de producción y reproducción simbólica de los grupos sociales, desde la categoría de consumos culturales. Fue coordinador del Grupo de Trabajo de Políticas Culturales del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y en ese marco promovió, a fines de la década de 1980, la ejecución de estudios sobre consumos culturales en Buenos Aires, Santiago de Chile, San Pablo y México. Además, en la ciudad de México organizó un grupo de investigadores formados en diferentes disciplinas sociales para que se abocaran al tema del consumo cultural y el uso del espacio urbano. Los trabajos que resultaron de estas iniciativas fueron muy influyentes en la producción académica latinoamericana y específicamente en la Argentina.⁶

La influencia de la línea interpretativa sobre el consumo seguida por Bourdieu es asumida en numerosas oportunidades por el autor latinoamericano. En una ponencia presentada en el Congreso de la Latin American Studies Association (LASA) en 1991, al dar cuenta de los antecedentes de los Estudios Culturales en América Latina entre las décadas de 1980 y 1990, reconoce su deuda con la obra del autor francés, a la que dice congregar con una visión renovada de Gramsci, a los fines de sacar a la cultura de la esfera de la dominación.

En “El consumo sirve para pensar” (1992) García Canclini tiene como objetivo conceptualizar el consumo de manera tal que en esa práctica “puedan incluirse los procesos de comunicación y recepción de bienes simbólicos”. Propone definirlo como “el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos”.

Dirá que una mirada macrosocial del consumo hace depender de las grandes estructuras del capital el modo en el que se distribuyen los bienes:

⁵ Para dar cuenta de ello, Martín Barbero (1992) cita el trabajo de García Canclini “Gramsci con Bourdieu: hegemonía, consumo y nuevas formas de organización popular”, publicado en 1985.

⁶ Entre otros autores, refieren a la incidencia de estas investigaciones tanto en América Latina como en el país: Grimson y Varela (1999), Rosas Mantecón (1999), Rotbaun (2007).

“cómo se da la comida, vivienda, traslado y diversión a los miembros de una sociedad”, todo lo cual indica cómo desde estas estructuras se “piensa” la “reproducción de la fuerza de trabajo” y el aumento de “las ganancias de los productores”. Pero el consumo también puede verse como producto de una “*racionalidad política interactiva*”,⁷ como “un escenario de disputas por aquello que la sociedad produce y por las maneras de usarlo” concluyendo que, desde esta mirada: “los productores y emisores no solo deben seducir a los destinatarios sino justificarse racionalmente”. Agrega que el consumo también fue analizado “como lugar de diferenciación y distinción entre clases y grupos, lo que ha llevado a reparar en los aspectos simbólicos y estéticos de la racionalidad consumidora” [...] “hay una coherencia oculta entre los lugares donde los miembros de una clase comen, estudian, habitan, vacacionan, en lo que leen y disfrutan, en cómo se informan y lo transmiten a otros”. Y, si bien aclara que lo dicho es aquello que ha mostrado la obra de Pierre Bourdieu, en este trabajo García Canclini comienza a mostrar sus primeras diferencias con el sociólogo francés, que irán aumentando en su producción posterior. En este ensayo sostiene que el consumo no sirve únicamente para dividir, sino también para integrar, en la medida en que solo quienes comparten “los sentidos de los bienes” pueden otorgarle el valor diferenciador. Propone, entonces, una “lógica simultánea de integración y distinción” para entender cómo “construimos y reproducimos la lógica que nos vincula, que nos hace ser una ciudad, una sociedad”⁸ (1992: 6-8). Años después afirma que si bien es verdad que en los sectores subalternos lo material es experimentado

⁷ Cursivas en el original. Este trabajo de García Canclini generó debates en la medida en que la idea central, especialmente recuperada en el título, parece evocar una posición celebratoria del consumo. Quizá sea oportuno referir que en la larga tradición que ubica sus trabajos este autor pensar implica una praxis de la razón constituida por las reglas de clasificación de las relaciones sociales que estructuran los grupos humanos. La expresión del título de este trabajo “El consumo sirve para pensar” se encuentra en la obra de Douglas. Esta autora a su vez parafrasea a Lévi-Strauss para quien *el intercambio* sirve para pensar. En el estructuralismo de Lévi-Strauss el sujeto piensa en el intercambio, en el marco de lógicas propias de los sistemas de parentesco, económico y simbólico.

⁸ Resuenan aquí, y quizá con más fuerza que en Bourdieu, los ecos de la cita de Mauss expuesta en páginas anteriores. Además de Bourdieu son diversos los autores que recuperan a Marcel Mauss en el estudio del consumo, a veces, vía Lévi-Strauss. Entre ellos pueden citarse a Mary Douglas y Baron Isherwood (1990), a quienes también recurre García Canclini.

como necesidad y, a veces, como urgencia, es necesario también reconocer las distancias que marcan con los grupos hegemónicos “los de abajo”, ejemplificando con las fiestas populares y las maneras propias de elaboración simbólica en el consumo de estos grupos (1999: 37). Además, mientras el autor francés caracteriza al debate sobre multiculturalismo como “Una nueva vulgata planetaria”,⁹ García Canclini intensifica sus estudios sobre las culturas populares, el contacto intercultural y las identidades locales y nacionales que venía realizando desde comienzos de la década de 1980, cuando se publica su obra *Las culturas populares en el capitalismo* (1982).¹⁰ Finalmente, lamenta el desinterés de Bourdieu por la cultura masiva y su insistencia en anclar la reproducción de la estructura de la distribución del capital cultural a aquello que sucede únicamente en la relación entre las estrategias de las familias y la lógica específica de la institución escolar en las últimas décadas del siglo XX, cuando ya los medios y las tecnologías de la comunicación son parte de la vida cotidiana en amplios sectores de las sociedades contemporáneas. García Canclini le reclama a Bourdieu su desconocimiento de los aportes más importantes de Raymond Williams, uno de los autores pioneros de los Estudios Culturales ingleses. Sostiene que si el autor francés hubiera prestado atención a la obra de Williams habría interpretado mejor “las estructuras de sentimiento”, con el fin de analizar de manera más creativa y sofisticada “las funciones lúdicas o de entretenimiento de los medios” (2005: 91).¹¹

Es en el marco de estas problemáticas que en la década de 1990 los Estudios Culturales se instalan en los ámbitos académicos de América Latina y el problema de investigación de los consumos culturales, mayoritariamente orientado al consumo de medios aunque también a otros bienes,

⁹ En una entrevista concedida, junto a Loïc Wacquant, a *Le Monde Diplomatique* en mayo del año 2000, edición española, traducción de C.A. Zito, año 1, N° 11, pp. 12-13.

¹⁰ Desde esta obra, y luego de una vasta producción entre la que se encuentra su más reconocido trabajo sobre el tema, *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad* (1992b), en dos de sus últimos libros, *La globalización imaginada* (1999) y *Diferentes, desiguales y desconectados* (2004), se ocupa extensamente del problema de las relaciones interculturales y del multiculturalismo.

¹¹ Se refiere a declaraciones de Bourdieu en “Entrevista sobre la educación”, en *Capital cultural, escuela y espacio social*, publicada por Siglo XXI en México. Entrevista realizada por H. Kato y T. Horio en 1989 y publicada en Bourdieu (1998b).

ocupa espacios centrales en los encuentros académicos del período en la región.

A finales de esa década se publicó una obra coordinada por Guillermo Sunkel, quien justifica su edición en la necesidad de mostrar que “el estudio del consumo cultural se sigue planteando como un desafío teórico y metodológico” (1999: xxvi). En la presentación, Sunkel argumenta acerca de la variedad de desplazamientos teóricos y metodológicos “que van a hacer posible que el consumo emerja como un tema de investigación de la mayor relevancia en la agenda de los Estudios Culturales” (1999: xi). Afirma que en América Latina el primer paso es el que va del estudio *del mensaje como estructura ideológica a la recepción crítica* y el segundo es el que va *de la recepción crítica al consumo*.¹² Este último momento se diferencia del primero “porque no se sitúa en una lógica de intervención¹³ y se distancia del tema de la ideología, caracterizado por tener como punto de partida “una determinada concepción de la influencia de los medios” (1999: xvii). Encuentra que los debates teóricos y metodológicos que implican los diversos pasajes de los estudios de la ideología a los de recepción crítica y de aquí a los del consumo presentan tres hitos en los estudios de los consumos culturales en la región: el primero, constituido por estudios de públicos de arte, realizados especialmente en México; el segundo, representado por la investigación que fuera propiciada por CLACSO y dirigida por Néstor García Canclini, aquí ya citada y el tercero, expresado en los *estudios cualitativos de consumo de géneros y medios particulares*,¹⁴ en el que destaca el estudio de Jesús Martín Barbero (1987) sobre el consumo de telenovelas en Colombia y la investigación de María Cristina Mata (1988), realizado en la ciudad argentina de Córdoba. Sectores populares, identidades, memorias y mediaciones serán los conceptos clave de este último período demarcado por Sunkel. A pesar de que el paso de un tipo de estudios a otros aparece como una sucesión de variaciones y deslizamientos, los estudios orientados a describir y comprender el consumo específi-

¹² Cursivas en el original.

¹³ En la etapa de la recepción crítica refiere a estudios que tenían como objetivo proporcionar elementos a diferentes grupos sociales, niños y adultos, en la escuela y otras instituciones y agrupaciones sociales.

¹⁴ Cursivas en el original.

camente de medios originaron diversos debates en los Estudios Culturales latinoamericanos.

Entre los autores que participan en esta obra con trabajos sobre consumos culturales se encuentran, además del propio Sunkel, Jesús Martín Barbero, Néstor García Canclini, Elizabeth Lozano, Guillermo Orozco Gómez, María Cristina Mata y Patricia Terrero, entre otros destacados investigadores latinoamericanos.¹⁵ Con respecto al cambio conceptual y metodológico que va de los estudios de recepción a los de consumo, Martín Barbero identifica allí varios malentendidos, como lo es el de su confusión con las mediciones de audiencia y la reducción del problema a lo cuantitativo. Propone como objetivo de estos debates poner en claro que “investigar el consumo cultural implica rescatar la creatividad de los sujetos, la complejidad de la vida cotidiana, el carácter interactivo y lúdico de la relación de los usuarios con los medios”. Sugiere que para lograr ese objetivo se deberían “desplazar fronteras entre las disciplinas y las estrategias metodológicas, integrando encuestas con indagación etnográfica, discusión en grupo con relatos de vida” (Sunkel, 1999: 22).

Por su parte, en el trabajo incluido en esta obra coordinada por Sunkel, García Canclini formula un aporte conceptualmente significativo a los estudios sobre consumos culturales al presentar seis modelos seguidos comúnmente en los estudios sobre consumo para proponer finalmente las dimensiones específicas que caracterizan al consumo cultural.

Los seis modelos para estudiar el consumo en general, descriptos por García Canclini, sucintamente citados, caracterizan a esta práctica como: a) el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de expansión del capital; b) el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social; c) el lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos; d) un sistema de integración y comunicación; e) como un escenario de objetivación de los deseos y f) un proceso ritual.

El problema a dilucidar es cuáles son las características de estas propuestas referidas al consumo en general que ayudan a comprender específica-

¹⁵ En la segunda edición de esta obra coordinada por Sunkel se suma un trabajo de Ana Wortman sobre un tema poco estudiado en la Argentina (Wortman, 2006), como es el de los cambios producidos en el público de cine por la creciente fragmentación social iniciada en las décadas anteriores y por el traslado de salas de exhibición a los *shopping*.

mente los consumos culturales. Según el autor, este tipo de consumos se particularizan por la parcial independencia que su práctica presenta debido a la secularización creciente de la sociedad. También, y en el mismo sentido, por las transformaciones radicales de las sociedades vinculadas a la generalización de la educación y a la generación de circuitos independientes que permiten la circulación de este tipo de bienes como son las editoriales, los museos, las revistas y las universidades, entre otras instituciones especializadas. La baliza que orientará su interpretación para caracterizar a los bienes culturales y, en consecuencia, especificar el consumo cultural frente al consumo en general de bienes, será la mayor autonomía que tiene la circulación de estos bienes “en relación con el resto de la producción”, en términos de la necesaria legitimidad que deben sostener frente al público y la crítica. En ese marco, conceptualiza al consumo cultural como “el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (1999: 42). Esta concepción del consumo cultural le permite incluir, junto al conocimiento adquirido en instituciones educativas y a las artes a otros consumos “muy condicionados por sus implicaciones mercantiles”, como son los productos televisivos o aquellos que dependen de un sistema religioso, como las artesanías y las danzas indígenas. Lo común entre el consumo de esos bienes es que requieren “un entrenamiento prolongado en estructuras simbólicas de relativa independencia”. La autonomía de la circulación de estos bienes simbólicos aumenta en la medida que más “integrados al mundo moderno se hallen sus productores y sus públicos”. Ejemplifica esta transformación con la producción y el consumo de bienes artesanales, los cuales, cada vez con mayor intensidad, se independizan de sus condiciones tradicionales desvinculando su uso práctico y sumando valor simbólico o estético. Así, concluye que según lo que afirman los estudios sobre “audiencias activas”, entre los bienes de circulación masiva —como son los programas televisivos, los discursos políticos, o el material publicitario— y aquello que los consumidores leen y usan se “engendran sentidos inesperados” y aunque “el consumidor nunca es un creador puro [...] tampoco el emisor es omnipotente” (1999: 43-45).¹⁶

¹⁶ Al hacer esta afirmación dice recurrir libremente a los estudios de Stuart Hall y sus seguidores del Centro de Estudios Culturales Contemporáneos de Birmingham, entre

Los estudios sobre consumos culturales en la Argentina

La tradición en la Argentina de los estudios sobre consumos culturales se presenta caracterizada por un doble objetivo: explorar los alcances conceptuales de la expresión y conocer las tendencias en las preferencias y usos de los bienes culturales por parte de los públicos. El primer propósito se traduce en revisiones alrededor de la pertinencia del término consumo para aludir a una práctica que relaciona los públicos con bienes definidos como culturales y, en algunos casos, también, a esta adjetivación de los bienes que los caracteriza en tensión con su carácter mercantil. Pero, sin dudas, más allá del alcance conceptual de las exposiciones que sobre estos temas presenta cada trabajo, aquello que distingue este campo es el objetivo de describir el uso y las modalidades de consumo de los bienes culturales a partir de la realización de investigaciones empíricas.

Una de las primeras referencias inevitables de estos estudios en la Argentina son las sucesivas investigaciones promovidas desde organismos públicos realizadas en todo el país, que en las últimas dos décadas tuvo a su cargo el Sistema Nacional de Consumos Culturales. Las mismas arrojan datos orientadores sobre la evolución del consumo de medios, la lectura de libros, la asistencia al cine, a teatros y a espectáculos masivos. La última data del año 2013 e incluye resultados sobre los usos de las TIC en el hogar, la participación en redes sociales, su uso asociado al consumo de los medios y otras tecnologías más tradicionales y la posesión y usos del celular.

Para explorar la existencia de propuestas teóricas y la recuperación de algunos debates de las ciencias sociales sobre los bienes culturales y sus públicos que, como dijimos, también marcan este campo de estudios en el país, hay que recurrir a producciones de centros y áreas de investigación de las universidades.

Como ya fue señalado, una investigación señera sobre el tema fue la promovida a fines de la década de 1980 por el Consejo Latinoamericano

quienes cita a autores como Hobson, Lowe y Willis, y a otros que trabajan en el marco de los *cultural studies* ingleses y norteamericanos sobre audiencias activas, como James Lull. También, a la estética de la recepción desarrollada en Alemania, Inglaterra y Estados Unidos; específicamente refiere a Jauss e Iser.

de Ciencias Sociales, realizada con fines comparativos en las ciudades de Buenos Aires, Santiago de Chile, Bogotá, San Pablo y México, coordinada por Néstor García Canclini. En una publicación del CEDES de 1990, Oscar Landi, Adriana Vacchieri y Luis Alberto Quevedo dan a conocer los resultados del proyecto local que integra ese programa mostrando un perfil general de los consumos culturales en la Capital y el Gran Buenos Aires. El texto difunde los resultados de una encuesta que procura trazar un mapa de los públicos de la oferta comunicativa y cultural realizada a una muestra de 600 casos (231 de Capital y 369 del GBA). Incluye consumo de televisión, radio, lectura de diarios, de libros, de música y actividades como asistencia a festivales, exposiciones, museos, galerías y ferias realizadas por los encuestados en el tiempo libre en el último año. En la introducción, los autores sostienen que la noción de consumo cultural presenta cierta ambigüedad pues si bien remite estrictamente a un momento del circuito de producción industrial de bienes culturales, también es usada en “un sentido algo más metafórico para describir ciertas prácticas de la gente”. Tratan de extraer a la expresión de su arraigo disciplinar en la economía, a partir de la especificación de las características distintivas del bien cultural. Según los autores, el vínculo de coproducción de significado entre el autor y su público hace que el bien no se agote ni aniquile necesariamente en su consumo (1990: 4). Ese carácter del consumo cultural hace que la noción se combine con otras como prácticas, comportamientos, hábitos, preferencias, usos y gusto. Los resultados de la encuesta serán recuperados luego en otros estudios que procuraban comprender los cambios que se estaban produciendo en los públicos debido a las transformaciones tecnológicas y socioculturales del período.

Para Oscar Landi (1992) en las dos últimas décadas del siglo XX emergieron fragmentaciones más variadas que las que se exponían tradicionalmente vinculando consumos culturales con variables socio-demográficas como ingreso, sexo y edad y ellas se deben a la difusión de cambios tecnológicos. Según Landi, es entonces cuando comienza a mostrarse la emergencia de un receptor activo en el manejo de las posibilidades tecnológicas del período, en la medida que puede armar su propia programación a partir de que el “teléfono, el módem, la computadora, el fax, el equipo de audio y el de video pueden conectarse entre sí o con el televisor generando un tejido de alcances impensables hasta hace muy poco” (1992: 189).

Al mismo tiempo, el autor muestra preocupación por una de las condiciones estructurales que condiciona el consumo de la oferta cultural en todo el territorio nacional, como es la ampliación de repetidoras en el interior que dependen de escasas cabeceras de las emisoras televisivas concentradas en la ciudad de Buenos Aires. Muestra que entre los años 1974 y 1990 las emisoras televisivas de origen, concentradas en la ciudad de Buenos Aires, crecen un 17% –pasaron de 35 a 41– mientras las repetidoras distribuidas en el interior del país se multiplicaron en un 984% aumentando su número de 39 a 384 (Landi, 1992: 173).¹⁷

Entre otros estudios dedicados a los consumos culturales antes del año 2000, también se deben citar los realizados por Héctor Schmucler y Patricia Terrero, quienes dirigieron el proyecto de investigación marco “Nuevas tecnologías y nuevos usos de los medios de comunicación en América Latina. Su relación con los cambios políticos y culturales entre 1970 y 1990”, que incluyó sub-proyectos en las ciudades de Buenos Aires, Córdoba, Paraná y el caso del norte de la Patagonia (región Comahue).¹⁸

En el proyecto marco, una de las preocupaciones centrales de Schmucler y Terrero es interpretar las transformaciones que se estaban produciendo desde hacía un tiempo en el mundo y especialmente en el país en la oferta y consumo de medios en general y en el cine, en particular, con el aumento del consumo hogareño en VHS y el incipiente, por entonces, desarrollo de las posibilidades que ofrecía que ya iba ofreciendo la convergencia tecnológica. En una publicación conjunta, los investigadores se refieren al papel de las nuevas tecnologías en el rediseño de la ciudad actual, observando tempranamente la fragmentación del espacio público: “La comunicación mediática construye el nuevo espacio imaginario de la ciudad actual. El cambio técnico en los medios y procesos de comunicación social rediseña los escenarios urbanos, los espacios públicos y privados, las prácticas sociales de comunicación. Hablamos de escenarios urbanos y regionales porque la tecnología transforma la relación espacio-tiempo, redefine

¹⁷ Sigue datos del COMFER (Comité Federal de Radiodifusión), organismo que precedió al AFSCA en su papel de regular el funcionamiento de los medios audiovisuales.

¹⁸ Trabajos que se desprenden de estas investigaciones de autoría de María Cristina Mata y Patricia Terrero fueron publicados en la revista *Diálogos de la comunicación*, N° 19 (1988b) y 49 (1997) respectivamente y, como ya se dijo, en el libro coordinado por Sunkel (1999).

los espacios, los modifica, los conecta o los aísla” (1992, s/p). A la parcelación del espacio le sigue su privatización, con la consecuente retracción de la ocupación libre de los espacios comunes. Los dispositivos tecnológicos, observan, profundizan esta tendencia: tienden a reorganizar los espacios de la vida social y cultural urbana y profundizar la tendencia hacia una cultura de la imagen. La encuesta de Landi, Vaccheri y Quevedo les sirve de fundamento empírico para señalar que también en Buenos Aires, existe un predominio de la televisión en el nuevo escenario audiovisual y se registran cambios sustanciales en los usos del cine vinculados con la creciente presencia del video. Los autores concluyen:

La escasa oferta cultural de algunas zonas del Gran Buenos Aires; la dificultad, inseguridad y riesgo de los desplazamientos; la diferenciación social del acceso a bienes culturales; la fragmentación por edades de los consumidores, la pérdida de los privilegios otorgados a las ceremonias del encuentro y a los espacios preparados para celebrarlos; se suman en la nueva realidad urbana. Los medios —el cine y el video son casos paradigmáticos— se superimprimen en el nuevo paisaje social y cultural de la ciudad y contribuyen a confirmar ciertos caminos que conducen a su actual transformación (1992, s/p).

En una publicación fruto de este proyecto, Terrero (1999) procura identificar asociaciones entre “tiempo de ocio, prácticas culturales y consumo de medios”. En momentos en que la globalización aparecía con toda su fuerza y en medio del debate sobre la creciente homogeneización o diferenciación que producía este proceso este trabajo de Terrero declara su preocupación porque la abundancia de la información y la ampliación de la oferta de medios tienden a consagrar patrones centralizados de producción y consumo. Así, los canales provinciales reproducen lo producido por los medios de Buenos Aires y estos lo que producen las grandes canales internacionales.

El artículo de Terrero presenta un panorama de la oferta de medios, cine y video con especial énfasis en los dispositivos tecnológicos, en los cambios que se están produciendo, especialmente en el consumo de cine, en las salas disponibles, en la propiedad de los medios en relación con las leyes vigentes, en la oferta de programación en el ámbito nacional y en la

desigual procedencia de la oferta entre la Capital Federal y las localidades del interior, de las cuales da mayor referencia de las ciudades de Paraná y Rosario. En la segunda parte se refiere al consumo de medios entre una población de asociados a los videoclubes existentes en ese período en las ciudades de Paraná y Rosario. Entre los antecedentes que trabaja para comparar sus datos referidos al consumo de medios refiere al estudio de Landi, Vacchieri y Quevedo (1990) para mostrar que los fines de semana la mitad de la población se quedaba en sus casas y entre ellos, las dos terceras partes tenía como actividad principal mirar televisión, tendencia que se acentuaba entre los de menores recursos.

Por otra parte, para Terrero, la creciente radicación de medios en el interior en este período, que parecía anunciar diversidad de contenidos, adquiere la forma de las ya consagradas cadenas, solo que en la Argentina adopta un sistema de conexiones entre las emisoras locales y alguna nacional con espacios informativos locales en casi todos los casos y programas de entretenimiento propios, en algunos. La autora remarca que estos medios del interior generan espacios que responden a necesidades de información local, ofrecen lenguajes y posibilidades de identificación espacial con los propios lugares.¹⁹ En la década de 1990 la liberalización total del mercado de medios y la consagración de una visión mercantil de los intercambios de bienes culturales originó leyes como la N° 23696 de 1989 y el decreto 1842/88, que dejaron atrás todas las regulaciones que impedían la concentración de los medios en manos monopólicas, en empresas extranjeras y el abuso del tiempo dedicado a la publicidad.²⁰

¹⁹ Una serie de investigaciones empíricas realizadas en la Universidad Nacional de Río Cuarto muestra en términos cuantitativos tanto el proceso creciente de consumo de información televisiva local iniciado en la década de 1990 así como la evolución del consumo de medios locales y nacionales según los géneros en el período 1996-2011. También, estudios cualitativos realizados por el mismo equipo de investigación dan cuenta, en coincidencia con lo expuesto por Terrero, de la construcción de identificaciones espaciales con “lo local” en el circuito interactivo producido entre un noticiero televisivo de la ciudad de Río Cuarto (programa que se mantiene como el de mayor audiencia en todos los estudios) y su público (Grillo, Rusconi y Bosco, 2011).

²⁰ Oscar Landi desarrolla de manera sintética y clara la distribución de frecuencias y los vaivenes en la propiedad de los medios desde sus inicios hasta la década de 1990 (1992: 159-185).

Sobre la disparidad en la distribución de las empresas cabeceras de la televisión en el país, uno de los tópicos importantes del período, se puede agregar que en un estudio realizado por el COMFER en 2001 se observó que el 76% de la población de Mendoza, Santa Fe y Córdoba –tres de las provincias más grandes de la Argentina–, el 76% de la programación que se consumía era del orden nacional y el 14% de producción local, especialmente informativos. Según Smerling, en 2011 la situación aún se mantenía en esos términos. Los medios del interior retransmiten principalmente Canal 13 y Telefé y enlatados de América TV o Canal 9 y estas emisoras nacionales reproducen en sus grillas abundante programación internacional, especialmente originadas en los centros globales de producción, en su mayoría radicados en Estados Unidos (Smerling, 2013: 80).

En 1997 se publica *Públicos y consumos culturales en Córdoba* de María Cristina Mata, obra que marcó líneas de investigación variadas en el centro del país. El estudio de Mata da cuenta de los resultados de una encuesta realizada a una muestra de 600 casos de la población mayor de 13 años, residente en la ciudad de Córdoba. Se propone conocer ciertos aspectos propios del consumo de bienes producidos por los medios desde una perspectiva comprensiva que, para la autora, no excluye un abordaje descriptivo, cuantitativo, que dé cuenta de información referida a los aspectos más manifiestos del consumo. Estudia consumo de televisión, radio, lectura de diarios, asistencia al teatro y al cine, audición de música, asistencia a espectáculos deportivos, ferias artesanales, fiestas escolares y exposiciones de diverso tipo.

Lo más importante de esta publicación para la época es la discusión conceptual introductoria que presenta la autora. Mata trata de responder dos cuestiones teóricas centrales de la investigación sobre consumos culturales. Una es si el carácter de los bienes otorga especificidad a la práctica del consumo y otra las particularidades que asume el público de consumidores, en tanto estructura organizada de relaciones diferenciadas y articuladas entre sí. Sostiene que los estudios sobre consumos culturales procuran observar el consumo como parte de procesos culturales más amplios y complejos que los estudios de recepción de medios. Así, define al consumo como el “conjunto de prácticas socioculturales en las que se construyen significados y sentidos del vivir, a través de la apropiación y usos de bienes” (1997: 8). Entre las conclusiones que se despren-

den de su estudio empírico destaca la naturalización que adquirieron la radio y televisión como componentes ineludibles del ambiente doméstico indicado por el desinterés observado en el público por diferenciar o marcar criterios que orienten o justifiquen su selección o preferencia en el consumo. El consumo de bienes culturales aparece así como una práctica más a través de la cual “los sujetos se relacionan desde sus particulares posiciones y situaciones sociales con el mercado o el espacio de la cultura” (1997: 84).

Con referencias a Bourdieu y García Canclini, Mata sostiene que actuar y reconocerse como público es una experiencia conformada como tradición “en la que se articulan espacio y modalidades de consumo”. Argumenta sobre el doble movimiento implicado entre “la producción” y las pertenencias y posiciones, el acceso y las competencias “que median la oferta y conducen a *públicos diferenciados*” en el consumo (1997: 15).

Para Mata ser público “compromete la vida cotidiana”. Refiriéndose ya específicamente al *consumo*, recurre inicialmente a Douglas e Isherwood “cuando consideran el consumo de cualquier tipo de bienes como una *práctica cultural* en tanto las *mercancías* –además de sus aspectos estrictamente económicos y su funcionalidad para satisfacer necesidades– son medios no verbales de la facultad creativa del género humano. Así, la argumentación central de la autora le permite ubicarse entre quienes recusan “las simplificaciones acerca del consumismo” como comportamiento irracional y al consumidor “como víctima de las estrategias publicitarias”. Considera que el consumo es una práctica que constituye un *espacio de intersección* entre *las ofertas y las expectativas*; espacio en el que se produce una *negociación* entre “intereses y motivaciones” de productores y consumidores. También será una *práctica significativa* en tanto implica un *modo de actuar y reconocerse*, un modo de identificación. Al mismo tiempo, es una experiencia histórica que pone en juego *competencias específicas* derivadas del aprendizaje de la propia práctica en la cual se articulan pertenencias culturales más globales, adscripciones sociales al sistema productivo y cuestiones de acceso a bienes simbólicos y materiales (1997: 17-19).

La línea expositiva desarrollada hasta aquí refleja las posiciones e intereses de los autores de mayor gravitación en la producción académica latinoamericana y argentina que han trabajado los consumos culturales en el marco de las ciencias sociales, tanto teórica como empíricamente. Estos

marcos de referencia han sido retomados, discutidos, complejizados y matizados en las investigaciones sobre consumos culturales realizadas en los últimos años en el orden nacional.

En la medida en que el problema se vincula a la esfera cultural reclama especificaciones y localizaciones; la diversidad local emerge con fuerza en el trabajo de campo, permitiendo una entrada peculiar en donde la lógica preponderante de la producción y el consumo de bienes culturales se modula en función de los particularismos regionales, las prácticas tradicionales, las rutinas y los gustos de los públicos nacionales. Así, la operacionalización de la categoría de “consumos culturales” se vuelve clave en la investigación y la producción intelectual. Su campo semántico involucra un conjunto de categorías diversas que tanto pueden remitir a las posiciones teóricas reseñadas como a buscar sentidos en la vivencia socio-cultural de los nuevos públicos estudiados.

Es necesario, entonces, que el análisis se detenga en el develamiento, descripción e interpretación de las dimensiones más importantes que encierra el amplio y complejo concepto que aquí se está trabajando, sus matices y las delimitaciones que se han propuesto para interpretar la experiencia de los públicos.

Uso, recepción, apropiación

El estudio de los consumos culturales ha dado lugar a una intensa discusión de categorías. El debate se desgaja en tres grandes áreas problemáticas: 1) cómo designamos a los actores en su relación con estas formas simbólicas; 2) cómo definimos la relación que con ellas establecen y 3) cuál es el repertorio de bienes tangibles e intangibles que forman parte de la experiencia cultural.

El primer punto necesariamente reclama una inmersión en autores clásicos como Paul Lazarsfeld o Gabriel Tarde, quienes ofrecen definiciones para audiencias y públicos, respectivamente. Los meandros del recorrido llevan a Stuart Hall, que problematizó la noción de recepción junto con el sujeto que la encarna: el receptor; a Stanley Fish, quien propuso superar el concepto de comunidades lingüísticas mediante el recurso al de “comunidades interpretativas” y hasta Guy Debord, cuya acre reflexión

sobre la sociedad del espectáculo interpela a quien se proponga utilizar el término “espectador”. La larga datación de este debate no implica que esté resuelto: la discusión contemporánea alcanza a Alvin Toffler, quien acuñara el neologismo “prosumidor” para definir el nuevo carácter de los consumos culturales en la era de la interactividad.

Otra entrada posible frente a esta problemática define al actor en función de las características que asuma su accionar frente a los bienes y producciones culturales, esta acción sobre o con el objeto puede cobrar formas que van desde una relación instrumental hasta el goce estético. Esta perspectiva tiene la ventaja de no calificar al sujeto sino de tipificar la práctica. Se hace posible, entonces, para un mismo actor frente a un mismo bien, desarrollar modalidades de acción distintas. Una síntesis de las prácticas más estudiadas en relación a los consumos culturales requiere ocuparse, cuanto menos, de la diferencia entre uso, recepción y apropiación.

Se habla de uso cuando la actividad (la lectura, la exposición a medios, la fotografía, etc.) forma parte de la vida cotidiana y sirve a finalidades pragmáticas tales como aprender el funcionamiento de un aparato o encontrar una vivienda a partir de una dirección indicada en una nota. Se trata de *una aplicación práctica*.

Mientras que los usos de medios/productos culturales no han concitado demasiada atención, sobre la recepción han abundado los aportes: desde los Estudios Culturales hasta la Escuela de Constanza, los debates se multiplican. La recepción tiene que ver con una finalidad inespecífica; se refiere al acceso a la producción cultural o bien simbólico y a todas las operaciones cognitivas que supone su comprensión: se trata de un “logro hermenéutico” (Thompson, 1998).²¹ En ese sentido, el uso se solapa con ella y puede entenderse como uno de los tipos de recepción (en el sentido en que el objeto particular, no se “utiliza” directamente, no tiene –originalmente– funciones prácticas asociadas, sino que su uso supone, evidentemente, su comprensión). Puede haber recepción sin uso pero no uso sin recepción. No obstante, el uso excede a la recepción en tanto implica una suerte de aplicación o transferencia; es una acción, es una intervención en el mundo que supone

²¹ Thompson abreva tanto en los Estudios Culturales como en la doble hermenéutica de Anthony Giddens.

la integración significativa del objeto/pieza cultural en la vida cotidiana. Es un logro habilidoso.

Desde la perspectiva culturalista, la recepción es una actividad que supone, en primer lugar, la comprensión del código lingüístico pero también la interpretación como acceso al sentido de la pieza, lo cual permite comprender tanto el texto como su contexto. Esta interpretación no es individual, retoma matrices de la cultura, de los grupos sociales de pertenencia y de los marcos experienciales en los que los receptores están inmersos. La obra no comunica *per se* sino que significa *algo* para *alguien* situado social e históricamente. Además de la noción de consumo, desarrollada en los apartados precedentes, existen algunos otros términos que expresan énfasis distintos de la instancia de recepción, tales como “frucción”, que destaca el goce que se produce en la recepción.

Una cuarta categoría, distinta a las de uso, consumo y recepción, es la de apropiación.²² Puede decirse que la apropiación también se intersecta con las otras categorías pues supone una integración significativa a la vida del receptor —como el uso, la recepción o el consumo—. A diferencia de la recepción, que puede pasar sin dejar una huella evidente, en la apropiación, la producción cultural se integra a la vida sumando una dimensión más: *un gesto creador hecho posible por o a partir de ese proceso*. A diferencia del uso, esta incorporación no se manifiesta en un acto objetivo; tiene un recorrido sutil que se entrelaza en la subjetividad.

Serge Proulx considera que la apropiación describe un proceso subjetivo creativo y no simplemente proyectivo, lo cual implica que la recepción de una producción cultural se convierte en una *experiencia*, en el sentido de romper, cuestionar, transformar, completar: dejar una impresión o una impronta. La apropiación es el modo en que las evocaciones de una producción cultural penetran en la dimensión subjetiva, reformulan —y son reformuladas por— las representaciones y, adquiriendo una nueva forma, se convierten en nuevas claves en relación con las cuales el receptor interpreta el mundo y a sí mismo.

Al “hacer algo propio”, se transforman tanto el receptor como el objeto mismo, que adquiere un nuevo sentido. La apropiación es resultado

²² Serge Proulx (2001) proporciona una diferenciación entre las nociones de uso, utilización y apropiación de tecnologías que adaptamos al caso de las lecturas.

de un proceso que supone la mixtura, la combinación, la selección, el cuestionamiento, el desplazamientos, el énfasis, que hace que nadie interprete exactamente lo mismo que otro.

En este sentido, e indudablemente, las nuevas tecnologías han presentado un desafío para quienes estudian los consumos culturales, fundamentalmente desde el punto de vista de la variedad de modalidades interactivas que habilitan, las relaciones que permiten establecer y la convergencia posible con la variedad de medios y soportes disponibles, además de los lenguajes a ellos asociados. El término “apropiación” necesita reformularse en atención a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC): la acción frente/con los bienes y producciones culturales es muy diferente a la que habilitan las industrias culturales. Pero además, se amplía y desdibuja el repertorio de objetos pasibles de ser considerados dentro del campo de los consumos culturales. Esta transformación, multiplicación, diversificación, nacimiento y súbita obsolescencia de bienes y prácticas demandan una consideración especial.

Sobre el vínculo entre tecnología y sociedad

Si bien ya desde sus comienzos, los estudios de las TIC nunca ignoraron el rol activo de los usuarios (dado que su manipulación resultaba evidente), los análisis se limitaron, en un primer momento, a las interacciones en el ciberespacio como experiencias paralelas al mundo real obviando la influencia de las dimensiones de la vida cotidiana presentes en todo proceso de apropiación. Luego, desde hace aproximadamente una década, a pesar de que esta tendencia comenzó a ser revertida al otorgarse más peso a la contextualización y a las conexiones entre el mundo *on line* y el mundo *off line*, ha persistido la impronta dominante de atribuir a la tecnología una capacidad de transformación de la vida cotidiana por sí misma. Esta perspectiva cree que el uso de las TIC se limita al dominio de las competencias digitales y, por ende, está determinada exclusivamente por las potencialidades brindadas por la tecnología y no por las posibilidades de los sujetos. En consecuencia, bajo este enfoque se suele hablar de la “influencia”, del “impacto” y de los “efectos” de las TIC en la vida cotidiana limitando la capacidad de los sujetos a su mero “consumo”. En estos abordajes de las Tecnologías de Infor-

mación y Comunicación (TIC) está implícita una *teoría instrumental* de la tecnología. Como bien la analiza Feenberg (1991), dentro de esta perspectiva teórica, la tecnología es considerada como una herramienta “neutral”, es decir, sin ningún contenido valorativo en sí misma.²³ La tecnología, en tanto pura instrumentalidad, es indiferente a la variedad de fines para los que puede ser utilizada. Por lo tanto, permanece totalmente indistinta a las ideologías políticas y a los contextos socio-históricos donde se utilizan.²⁴ Según esta visión, las tecnologías son neutrales porque son medidas esencialmente, por las mismas normas de eficiencia en todos los contextos y momentos históricos, cualesquiera que estos sean (Feenberg, 1991: 4).

La investigación en torno a los consumos culturales se posiciona enfrentada a este paradigma dominante. Rechaza la idea de neutralidad vigente e incorpora elementos propios de una visión *constructivista* de la tecnología (Pinch y Bijker, 1984) y de la sociología pragmática de Latour (1992, 1993, 2004). Este enfoque teórico indica que el sentido de toda tecnología no admite una definición a priori: lejos de venir implícito en sus cualidades materiales, su significado se va construyendo de acuerdo a las prácticas sociales, culturales e históricas que los actores tejen articuladamente con los objetos. El significado de la tecnología puede resultar plenamente cognoscible solo si se tiene en cuenta la dimensión hermenéutica de los artefactos, es decir, las interpretaciones que los usuarios hacen de ella. En consecuencia, para la investigación sobre consumos culturales,

²³ Feenberg también critica otro posicionamiento teórico respecto a la tecnología: la *teoría sustantiva* de la tecnología. Esta teoría, sostenida por Ellul, Heidegger e, incluso, Habermas le atribuye a la tecnología una fuerza cultural autónoma capaz de arrasar todos los valores. A diferencia de la teoría instrumental que considera a la tecnología como variable dependiente de los valores y costumbres sociales que le asignan diferentes metas, la teoría sustantiva afirma que el mero uso ya trae aparejado consecuencias nocivas para la humanidad y la naturaleza. Dado que la teoría instrumental prevalece tanto en el sentido común dominante como en la mayoría de los abordajes académicos de las TIC, nos dedicaremos aquí a su crítica sin que ello implique que abonemos la teoría sustantiva.

²⁴ “La neutralidad socio-política de la tecnología es generalmente atribuida a su carácter “racional” y a la universalidad de la verdad que ella encarna. La Tecnología, en otras palabras, está basada en proposiciones causales verificables. Es más, al ser estas proposiciones verdaderas no son ni social ni políticamente relativas, por el contrario, al igual que las nociones científicas, mantienen su status cognitivo en cualquier contexto social concebible. Por lo tanto, lo que funciona en una sociedad determinada, puede esperarse funcione igual de bien en cualquier otra” (Feenberg, 1991: 4).

la tecnología no se concibe como un conjunto de saberes e instrumentos neutrales, aplicados a la transformación de la naturaleza, ahistóricos y escindido del resto de las relaciones sociales, sino como un producto social de las interrelaciones humanas. Son las condiciones socio-históricas en las que las tecnologías se desenvuelven las que le otorgan un sentido particular y distintivo a su incorporación.

Sin embargo, sostener que el orden técnico es más que una suma de herramientas no significa que entendamos a la tecnología como algo vacío e inocuo con lo que se puede hacer cualquier cosa u otorgarle cualquier sentido. La tecnología trae consigo determinados códigos técnicos que delimitan las posibles interpretaciones que de ella se puedan tejer (Latour, 1992). Pero, si por un lado no se trata de meros objetos donde se proyectan y depositan sentidos sino que la tecnología interviene activamente en lo social, con sus propias formas, estableciendo límites precisos a los procesos de recepción, también es cierto que el significado de toda innovación tecnológica no viene delimitado por las características objetivas impuestas en su fabricación, sino que son los actores quienes, mediante sus usos y aplicaciones, terminan de definirlo. Es justamente dentro de este espacio que las estructuras tecnológicas delimitan el campo hermenéutico de la recepción. Lo interesante es que las interpretaciones que hacen los usuarios pueden influir y retroalimentar el circuito del diseño de los aparatos tecnológicos, aspecto que Pinch y Bijker (1984) denominan como la *flexibilidad interpretativa* de la tecnología. Se trata de un proceso recíproco donde las estructuras objetivas demarcan el campo de la interpretación pero al mismo tiempo asimilan, desde la propia fase de su diseño, las interpretaciones que los usuarios hacen de ellas. Por lo tanto, el proceso de instrumentalización de la tecnología implica una interacción recíproca entre lo técnico y lo sociocultural donde ambos aspectos aparecen fundidos indiferenciadamente.

La teoría crítica de la tecnología pone en el centro de la escena la cuestión de las interpretaciones sociales que los diferentes usuarios pueden hacer de ella. De la interacción entre las interpretaciones sociales y los códigos técnicos se constituye la naturaleza de la tecnología que, por lo tanto, nunca existe “en esencia”. Pues bien, en tanto las interpretaciones varían de acuerdo al momento histórico, los contextos socio-culturales y variables como la pertenencia de clase, la edad, el género, la etnia, etc., aquellas

son múltiples y no necesariamente coinciden con las restricciones sociales sedimentadas en los códigos técnicos. Es decir, nunca va a haber plena equivalencia entre el proceso de codificación y delegación y el de recepción e interpretación de las significaciones depositadas en los objetos tecnológicos. Por lo tanto, las diferentes interpretaciones pueden, al circular, entrar en disputa unas con otras.

De este modo, para entender los procesos de apropiación tecnológica debemos considerar tres componentes fundamentales: 1) las formas objetivas propias de la tecnología en cuestión, 2) la codificación que determinados actores les asignan a estas formas —siendo para ello necesario conocer las condiciones sociales de producción de estos artefactos culturales—; y 3) la interpretación práctica y simbólica que los usuarios hacen de ella, teniendo en cuenta las condiciones sociales de recepción.

No existen dudas acerca de que Internet conforma el sustrato vital por donde opera el amplio espectro de tecnologías y medios de comunicación que conforman las TIC. Actualmente, Internet se ha convertido en el ícono de las nuevas tecnologías y su expansión parece no detenerse. Como señalan León, Burch y Tamayo (2001) no se trata en sí de un medio de comunicación (si bien múltiples medios caben en su ámbito), sino de una red mundial de redes de computadoras articuladas en nodos o servidores plenamente autónomos gracias a un protocolo universal (el TCP-IP) cuya principal característica es haber posibilitado, por primera vez, la comunicación de muchos a muchos en tiempo real o escogido. La comunicación mediada por computadoras se realiza a través de instrumentos derivados de esta tecnología como el correo electrónico (e-mail), que permite el envío de mensajes entre direcciones privadas, los programas de mensajería instantánea y la World Wide Web que es un sistema universal de vinculación entre documentos. Cada uno de ellos cumple una función distinta a pesar de que a veces las diferencias entre ambas, al compartir el mismo sustrato tecnológico, resulten borrosas. El correo electrónico permite intercomunicar personas u organizaciones, ya sea de forma bi o multilateral, a través de computadoras conectadas en red. Es una de las herramientas más utilizadas, tanto para enviar mensajes como para formar listas de intercambio. Usualmente es utilizada entre personas que se conocen previamente o comparten intereses comunes y el intercambio generalmente sigue una secuencia cronológica. A diferencia

del teléfono y del correo postal, el correo electrónico permite conectarse simultáneamente y en red con receptores múltiples alcanzando directamente a todos los demás puntos, con la misma facilidad y sin costo adicional. Los programas de mensajería instantánea (desde el ya mítico ICQ hasta los más cercanos –pero ya en desuso– MSN y Windows Live Messenger, pasando por los programas propios de Yahoo y Google) permiten una comunicación en tiempo real entre dos o más personas ya sea de modo escrito o a través de la voz y ofrecen además, compartir archivos, fotos y videos de manera instantánea. Estos programas abren a los usuarios la posibilidad de estar disponibles permanentemente para sus contactos. Por su parte, la World Wide Web consiste en un sistema de enlaces, basado en un código universal, que permite conectar documentos, datos, objetos multimedia, programas, etc. Estos ítems tienen una dirección única (URL, “localizador universal de recursos”) y no se encuentran conectados de manera lineal sino enlazados y superpuestos unos con otros mediante un innovador dispositivo: el hipertexto. A diferencia del correo electrónico, la navegación a través de la web no implica necesariamente la interacción con otras personas sino que por lo general la actividad se establece entre una persona y distintas fuentes de información almacenadas en otras computadoras. En los últimos diez años asistimos a una nueva oleada de sitios y servicios que conforman lo que se conoce como la Internet de segunda generación o Internet 2.0. Sitios como YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, entre muchos otros, conforman novedosas plataformas de comunicación, producción, circulación y consumo de información y bienes culturales de todo tipo utilizadas masivamente por personas de todo el mundo.

En consecuencia, las nuevas plataformas habilitan novedosas –e inéditas– formas de consumos culturales donde el circuito emisión-recepción aparece completamente trastocado. Podría afirmarse que las TIC, funcionando sobre la base de Internet, constituyen un punto de inflexión al configurar un ámbito en el cual la interacción entre sujetos y objetos resultan plenamente evidentes. Es decir, la manipulación, refuncionalización y resignificación de los bienes culturales por parte de los consumidores se manifiesta no solo de manera simbólica sino también material por cuanto el proceso habilitado permite que todos puedan ser productores y consumidores al mismo tiempo. Sin dudas, este movimiento radical ha puesto en

tensión los preceptos de la industria cultural que, luego de acusar los efectos del sismo, se ha vuelto muy activa y atenta para ajustar su funcionamiento a este nuevo contexto.

Dimensiones para estudiar el consumo cultural en la producción académica nacional

Hasta aquí se exploró la evolución del concepto consumo cultural en el ámbito de la producción contemporánea de las ciencias sociales; los autores principales que lo abordan, su amplia difusión como categoría de análisis e interpretación en América Latina, en el marco de una perspectiva particular de estudio como son los Estudios Culturales y las investigaciones empíricas que se generaron, tanto en la región como, específicamente, en la Argentina. En esta revisión rápidamente se observa la complejidad conceptual que encierra la expresión. La mayoría de los autores que se han dedicado a su estudio han contribuido teóricamente a definirla, priorizando alguna de las dimensiones desde las cuales el constructo trata de auxiliar la reflexión sobre un momento específico de la circulación de bienes simbólicos. No obstante, de todos los aportes quedan residuos comunes que aluden al momento de apropiación y uso de bienes simbólicos, producidos por las industrias culturales y puestos en circulación por soportes diversos como los medios y las TIC, o dispuestos en escenarios públicos, como el cine o los festivales musicales.

Se parte de la hipótesis de que los estudios sobre consumos culturales en el país, en general, aluden a procesos tales como apropiación, uso, recepción, empleo, visionado, asistencia y lectura —entre otras prácticas afines— de bienes producidos o puestos en circulación por la industria cultural, en soportes o escenarios diversos como son los medios de comunicación —radio, televisión y prensa gráfica—. Además, por su amplia difusión y consumo masivo son parte importante de estas industrias la literatura popular, las películas y la música en general. Gran parte de esta producción también circula y se consume por las tecnologías comúnmente conocidas como TIC, que al mismo tiempo admiten su apropiación, uso y empleo en diferentes contextos, tanto para la interacción en redes como en variadas situaciones de encuentro.

Para identificar la producción sobre este eje temático de los consumos culturales en el ámbito nacional, es necesario delimitar un campo de observación que haga posible una revisión tan exhaustiva como sea posible. En otras palabras, se requiere construir una mirada sobre el problema que priorice por anticipación aquello que comúnmente se podría producir bajo ese paraguas conceptual. Por ello, se abordan los consumos culturales más generalizados, trabajando sobre fenómenos de gran escala comúnmente llamados “masivos”, que específicamente significa aquí “de amplia circulación”. Una consideración diferente merecen las llamadas “Tecnologías de la Información y la Comunicación” (TIC). En este caso, la circulación es viral. Aunque estas tecnologías, al igual que las industrias culturales, son capaces de hacer circular bienes simbólicos entre grupos humanos numéricamente significativos, la modalidad de la transmisión, recreación y recirculación las vuelve incomparables, constituyéndose como un caso de análisis específico que fuerza a utilizar diferentes herramientas conceptuales.

En otras palabras, las dimensiones decididas en esta instancia, que pueden ampliarse o restringirse según aquello que el desarrollo del trabajo sugiera, permiten incluir producciones académicas de discusión teórica o investigaciones empíricas sobre el momento de uso, apropiación, empleo, recepción, visionado, asistencia y cuanta otra práctica vincule a públicos/audiencias/actores/usuarios con los bienes producidos por las denominadas industrias culturales y las TIC, además de algunas expresiones consideradas artísticas que pueden circular por soportes tecnológicos diversos.

Las dimensiones expuestas se vuelven más operativas si se explicita que la producción a identificar inicialmente será aquella orientada a producir conocimiento sobre: 1) las teorías disponibles, ensayos y debates sobre los alcances conceptuales de: consumo, acceso, apropiación, recepción, uso, empleo, aplicación, consumidores-prosumidores, etc.; 2) consumo o recepción de medios (radio, TV, prensa gráfica); 3) asistencia al cine y consumo hogareño de películas y videos; 4) lectura de literatura popular, 5) consumo de expresiones artísticas de circulación o exhibición masiva o pública (música: escucha y asistencia a festivales y otras expresiones artísticas exhibidas en espacios públicos); 6) uso y empleo de TIC: computadora e Internet –tanto equipamiento y prácticas hogareñas como aquellas asociadas a los cyber– y teléfonos móviles o celulares, tablets, I-Pads, MP3 y MP4.

Referencias bibliográficas

- ALASUTARI, P. (1999), "Cultural Studies as a Construct", *European Journal of Cultural Studies* N° 2 (1), SAGE, Londres.
- BATAILLE, G. (1987), *La parte maldita, precedida de La noción de gasto*, Epílogo, traducción y notas de Francisco Muñoz de Escalona, Icaria, Barcelona.
- BENNET, T. (1996), "Our in the Open: Reflections on the History and Practice of Cultural Studies", *Cultural Studies* N° 10 (1), Routledge, Londres, pp. 133-153.
- BOURDIEU, P. (1998a), *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, Taurus, Madrid.
- (1998b), *Capital cultural, escuela y espacio social*, Siglo XXI, México.
- (2007), *El sentido práctico*, Siglo XXI, Buenos Aires.
- (2010), *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*, Siglo XXI, Buenos Aires.
- DOUGLAS, M. Y B. ISHERWOOD (1990), *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*, Grijalbo, México.
- ELSTER, J. (2007), *Explaining Social Behavior: More Nuts and Bolts for the Social Sciences*, Cambridge University Press, Cambridge.
- FEENBERG, A. (1991), *Critical Theory of Technology*, Oxford University Press, Oxford. Versión traducida al castellano. Recuperado de www.hipersociologia.org.ar.
- (2005), "From Essentialism to Constructivism: Philosophy of Technology at the Crossroads". Recuperado de www.sfu.ca. Versión traducida al castellano disponible en www.hipersociologia.org.ar.
- FERRANTE, C. (2008), "De Mauss a Levi Strauss: la concepción de lo social como doble verdad en Pierre Bourdieu", *Intersticios: Revista sociológica de pensamiento crítico*, vol. 2 (2), pp. 49-61. Recuperado de <http://www.intersticios.es> [Consulta: 14 de abril de 2013].
- GARCÍA CANCLINI, N. (1982), *Las culturas populares en el capitalismo*, Nueva Imagen, México.
- (1985), *El consumo cultural en México*, Consejo Nacional para la cultura y las artes, México.
- (1992a), "El consumo sirve para pensar", *Diálogos*, N° 30, FELAFACS, Lima.
- (1992b), *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Sudamericana, Buenos Aires.
- (1995), *Consumidores y ciudadanos*, Grijalbo, México.

- (1999), *La globalización imaginada*, Paidós, Buenos Aires.
- (2005), *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*, Gedisa, Buenos Aires.
- GARNHAM, N. y WILLIAMS, R. (1980), “Pierre Bourdieu and the Sociology of Culture: an introduction”. *Media Cultura & Society*, Sage, Londres, 2 (3), pp. 209-223.
- GRILLO, M., RUSCONI, C. y BOSCO, M. (2011), “Estudio de Audiencias. Río Cuarto, 2010”, *Cuadernos de Temas y Problemas en Comunicación*, N° 8. Recuperado de <https://www.unrc.edu.ar/unrc/comunicacion/dptocomunicacion/investigaciones/pdf/informe%20audiencia%202010.pdf>.
- GRIMSON, A. y VARELA, M. (1999), *Audiencia, cultura y poder. Estudios sobre la televisión*, Eudeba, Buenos Aires.
- HINE, Ch. (2004), *Etnografía virtual*, UOC, Barcelona.
- JAUSS, H. (2002), *Pequeña apología de la experiencia estética*, Paidós, Barcelona.
- JAY, M. (2009), *Cantos de experiencia*, Paidós, Buenos Aires.
- LAHIRE, B. (2005), *El trabajo sociológico de Pierre Bourdieu. Deudas y críticas*, Siglo XXI, Buenos Aires.
- LANDI, O. (1992), *Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente. Qué hace la gente con la televisión*, Planeta, Buenos Aires.
- LANDI, O., VACCHIERI, A. y QUEVEDO, L. (1990), *Públicos y consumos culturales*, CEDES, Buenos Aires.
- LATOUR, B. (1992), “Where are the Missing Masses? The Sociology of a Few Mundane Artifacts”, en Bijker y Law (eds.), *Shaping Technology/Building Society: Studies in Sociotechnical Change*, MIT Press, Cambridge.
- (1993), *We Have Never Been Moderns*, Harvard University Press, Cambridge.
- (2004), *Politics of Nature: How to Bring the Sciences Into Democracy*, Harvard University Press, Harvard.
- LEÓN, Osvaldo, BURCH Sally y TAMAYO, Eduardo (2001), *Movimientos Sociales en la Red*, ALAI, Quito. Versión digital disponible en <http://alainet.org/publica/msred/>.
- LÓPEZ DE AYALA, M.C. (2004), “El análisis sociológico del consumo: una revisión histórica de sus desarrollos teóricos”, *Sociológica*, N° 5, pp. 161-188.
- MARTÍN BARBERO, J. y S. MUÑOZ (1992), *Televisión y melodrama. Género y lecturas de la telenovela en Colombia*, Tercer mundo Editores, Bogotá.
- MATA, M.C. (1988a), “Radio: memorias de la recepción. Aproximaciones a la identidad de los sectores populares”, en SUNKEL, G., *El consumo cultural en*

- América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*, Convenio Andrés Bello, Bogotá, pp. 295-323.
- (1988b), “Radios y públicos populares”, *Diálogos*, N° 19, FELAFACS, Lima, pp. 59.
- (1997), *Públicos y consumos culturales en Córdoba*, CEA, Córdoba
- MATTELART, A. y NEVEU, E. (2004), *Introducción a los estudios culturales*, Paidós, Barcelona.
- MAUSS, M. (1979), “Sobre los dones”, en *Sociología y antropología*, Tecnos, Madrid.
- PETIT, M. (2006), *Lecturas: del espacio íntimo al espacio público*, Fondo de Cultura Económica, México.
- PINCH, T. y BIJKER, W. (1984), “The Social Construction of Facts and Artefacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other” en *Social Studies of Science*, vol. 14, N° 3, pp. 399-441.
- PROULX, S. (2001), “Las formes d’appropriation d’une culture numérique comme enjeu d’une société du savoir” [en línea]. Recuperado de http://www.acgrenoble.fr/ien.bourgoinashnord/IMG/pdf_es_TUIC_Enjeux_et_modalites_de_mise_en_oeuvre.pdf [Consulta: 16 de octubre de 2012].
- ROSAS MANTECÓN, R. (1999), “Museografía monumental y mitificación del mundo prehispánico: la apropiación del patrimonio mexicano dentro y fuera del museo del templo mayor”, en SUNKEL, G., *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*, Convenio Andrés Bello, Bogotá, pp. 234-255.
- ROTBUN, G. (2007), “Indicadores culturales 2007”, *Cuadernos de políticas culturales*, EDUNTREF, Buenos Aires.
- SCHMUCLER, H. y TERRERO, P. (1992), “Nuevas tecnologías y transformación del espacio urbano, Buenos Aires 1970-1990”, *Telos*, N° 32. Recuperado de http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/antiores/num_032/opi_perspectivas3.html.
- SILVERSTONE, R. y HIRSCH, E. (1992), *Consuming Technologies. Media and Information in Domestic Spaces*, Routledge, Londres.
- SUNKEL, G. (1999), “El consumo en la agenda de los estudios culturales. Algunas tendencias del consumo cultural. La idea del libro”, en SUNKEL, G. (coord.), *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*, Convenio Andrés Bello, Bogotá, pp. 11-25.

- TERRERO, P. (1997), "Ocio, prácticas y consumos culturales. Aproximación a su estudio en la sociedad mediatizada", *Diálogos*, N° 49, FELAFACS, Lima, pp. 78-87.
- (1999), "Ocio, prácticas y consumos culturales. Aproximación a su estudio en la sociedad mediatizada", en SUNKEL, G., *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*, Convenio Andrés Bello, Bogotá, pp. 196-213.
- THOMPSON, J. (1998), *Los media y la modernidad*, Paidós, Barcelona.
- WINOCUR, R. (2007), "Nuevas tecnologías y usuarios. La apropiación de las TIC en la vida cotidiana", *Telos*, N° 73, octubre-diciembre, Madrid, pp. 109-117.
- WORTMAN, A. (2006), "Viejas y nuevas significaciones del cine en la Argentina", en SUNKEL, G. (coord.), *El consumo cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación*, Convenio Andrés Bello, Bogotá, pp. 342-362.

LA TEORÍA EN CUESTIÓN. EXPLORACIONES Y DESPLAZAMIENTOS TEÓRICOS EN LOS ESTUDIOS DE LOS MEDIOS Y LAS TIC Y EL CRUCE COMUNICACIÓN/CULTURA

Mabel Grillo y Sebastián Benítez Larghi

Introducción

La teoría puede ser definida como un sistema de ideas lógicamente articuladas entre sí que explica un área de la realidad. Los últimos debates epistemológicos y de la sociología del conocimiento han cuestionado la idea de que esos sistemas explicativos den cuenta de una realidad exterior objetiva. Son formulaciones imaginativas, construcciones conceptuales, marcos referenciales significativos que permiten leer, tornar inteligible, objetivar, de manera más o menos provisoria, un área problemática planteada como problema a conocer. Las teorías son producto de la actividad científica y por ello están sujetas tanto a los condicionamientos propios de la actividad cognoscitiva de quienes llevan adelante esa acción como a las estructuras institucionales y sociales en las que ella se realiza. En general se acepta que las interpretaciones científicas de la realidad observada se basan, a su vez, en interpretaciones previas que son el punto de partida de la propia práctica de conocer. En este aspecto, la actividad científica no difiere demasiado si cambia su objeto de conocimiento ni tampoco del conocimiento común seguido en la vida cotidiana.

En el ámbito de las ciencias sociales comúnmente con el término teoría se alude a un conjunto sistemático de proposiciones, hipótesis y argumentaciones que proponen un sistema interpretativo de la producción y reproducción de la sociedad en su conjunto, como la teoría de la estructuración de Giddens, o aspectos parciales, como la teoría de la Información, la de Usos y Gratificaciones o la del Intercambio Simbólico.

Hay otros usos corrientes que no muestran discrepancias significativas con ese modo de ver las teorías. Por ejemplo, se designa como “teoría sociológica” al conjunto de teorías que muestran la génesis y evolución del

pensamiento disciplinar de la sociología. También, se usa la noción de “teoría social” para sumar a las teorías sociológicas, las producidas en el ámbito de la antropología, la política, la historia, la geografía, la comunicación entre otras disciplinas que se ocupan de lo social.

Asimismo, se habla comúnmente de teoría como el conocimiento sustantivo necesario para desempeñarse en un campo de actividad específico. En estos casos, si no es una formulación expuesta y sistematizada, sino solamente posible de reconstruir a partir de la observación de la actividad involucrada, se habla de teoría implícita. Por ejemplo, en cualquier proceso de enseñanza se pone en marcha un conjunto de saberes sobre la práctica de enseñar sin que necesariamente responda a una teoría específica del campo de la pedagogía o de la didáctica. En estos casos la teoría actúa como un conjunto de orientaciones de las prácticas, las cuales incluso pueden ser difíciles de ser explicitadas por quienes las actualizan.

En otras circunstancias, la teoría surge como una interpretación reflexiva de los actores que la ejecutan. Por ejemplo, este uso emerge con facilidad en las discusiones acerca del “mejor modo” de seguir cierta tecnología, en cuanto procedimiento que conduce a logros específicos. Ingenieros, arquitectos, artistas, entre otros profesionales, siguen modalizaciones específicas de los cánones propios de sus respectivos campos del saber y argumentan seguir “su propia teoría”. Aquí, la noción de teoría responde a la interpretación reflexiva que los actores formulan cuando interpretan o justifican el camino seguido para lograr ciertos resultados. En estos usos corrientes se ve con claridad algo que no siempre se reconozca, aunque también ocurra, en las conceptualizaciones académicas del conocimiento científico: cada teoría implica un procedimiento particular para delimitar el campo de observación que interesa y construir los datos necesarios con el fin de echar luz sobre el problema formulado. En otras palabras, al igual que las conceptualizaciones incluidas en los marcos teóricos de referencia para las investigaciones científicas, los instrumentos que se fabrican para producir conocimiento también se apoyan en conocimiento teórico. Así, Ruth Sautu (2005) reconoce como teorías a los supuestos y sistemas explicativos relativos a la medición, la observación y la construcción de los datos y la evidencia empírica y a las hipótesis y estadísticas que dan cuenta de regularidades y pautas empíricas, tanto como a las inferencias de proposiciones teóricas y la construcción de conceptos teóricos. La autora ilustra el modo en el que varía el

alcance interpretativo de las teorías cuando suma a las citadas las que exponen paradigmas del conocimiento; las teorías generales de la sociedad y el cambio histórico y también, como ya se dijo, a las proposiciones y conceptos derivados de teorías sustantivas propias del área temática con la que se trabaja. De todo lo dicho surge con claridad que el término teoría es usado de manera amplia y suma diferentes significados según sus contextos de uso pero, en todos los casos, refiere a un conjunto de ideas que permiten interpretar objetos y procesos de áreas más o menos específicas que desafían nuestro entendimiento.

En relación con los requisitos indispensables de cualquier construcción teórica, en el campo de las ciencias sociales hay análisis esclarecedores sobre el desarrollo y la productividad de sus teorías, sus transformaciones y re-adequaciones en términos del devenir histórico de las sociedades que tratan de interpretar. Una propuesta que sintetiza lo comúnmente aceptado en la práctica de la investigación social actual es la de Jean Claude Passeron, quien recurre a la figura del *pluralismo razonado* para afirmar que las continuas transformaciones del objeto de estudio de las ciencias sociales exigen cambios permanentes en las perspectivas de análisis y esquemas interpretativos, sin que por ello todos tengan el mismo valor. Es decir, el pluralismo razonado no es relativismo y tanto la coherencia lógica de las argumentaciones como los controles empíricos son necesarios para avanzar en la difícil tarea de tornar inteligible amplios y difusos problemas de conocimiento de la vida social. Para este autor no hay acumulación ni síntesis de teorías y en escasas oportunidades se observan incompatibilidades; generalmente, se dan *desplazamientos*. Comúnmente, solo algunos aspectos o preguntas de las teorías disponibles generan nuevas dimensiones de la realidad y otras se dejan de lado; algunas, con el paso del tiempo pueden ser recuperadas en nuevas propuestas, hipótesis, discusiones y avances (Corcuff, 2013: 133). Es por esto que cualquier campo del saber necesita de un permanente debate teórico que lo nutra de mejores instrumentos conceptuales y metodológicos para ampliar, revisar o superar la base interpretativa de sus propios ejes problemáticos de investigación.

En otras palabras, para hacer teoría social no es necesario un acto creativo *ex nihilo* o formular esquemas explicativos totalizadores de la vida social, ni siquiera de un campo de prácticas cuyo conocimiento se delimita como problemático. Basta con hacer propuestas que tomen la forma

argumentada de una respuesta a nuevas preguntas o hipótesis, las mismas pueden derivarse de formulaciones previas o ser refutaciones o reelaboraciones de lo ya dicho y aceptado. El objetivo de la práctica de teorizar es siempre tornar inteligible aspectos de la vida social que no han sido imaginados y significados como problemas de conocimiento o acción. Como se dijo, para su valoración se considera tanto su coherencia como su relación de confrontación o diálogo plausibles con un campo empírico siempre múltiple y cambiante, como es lo social.

Un aspecto que ha sido muy recuperado en el debate sobre la producción del conocimiento científico es el papel que cumplen las condiciones institucionales en que el mismo es producido (Knorr Cetina, 2005). Entonces, cuando se analizan —como es en este caso— textos de investigadores sociales producidos en un período sobre un tema específico es necesario dar cuenta de aquellas condiciones institucionales y disciplinares que de alguna manera se imaginan participando del escenario en el cual esos trabajos han sido pensados y escritos, a veces favoreciendo y otras dificultando su desarrollo.

Exploraciones y desplazamientos teóricos: de los consumos culturales al consumo de medios y de la comunicación a la cultura

La respuesta a la pregunta sobre la producción teórica en la Argentina referida a los consumos culturales, el consumo y la recepción de medios y TIC requiere de algunas especificaciones previas. Gran parte de las investigaciones sobre consumos culturales en el país presentan dos rasgos que deben ser señalados, aunque solo sea como punto de partida, para comprender tanto sus alcances como sus limitaciones. Estas características se vinculan, por un lado, a las tradiciones teóricas dominantes en el período estudiado en las facultades, carreras o centros de investigación en las cuales ellos se localizan. Los estudios sobre consumos de medios, por ejemplo, se desarrollan particularmente en las carreras y en centros de investigación en comunicación y conforman gran parte de las producciones registradas en el período estudiado. Desde el punto de vista teórico, siguen dos líneas, en algunas oportunidades amalgamadas, en la construcción de

sus objetos de estudio: una, clásica en los estudios sobre consumos culturales, que los asocia a categorías sociales de sus públicos tales como género, edad, localización, etnia, etc. y otra que recupera tradiciones propias de los estudios sociales latinoamericanos problematizando el vínculo entre las culturas populares y los procesos políticos nacionales y regionales (Grimson y Varela, 1999: 64). A su vez, es dable suponer que también el formato que asumen los textos, su estilo y las relaciones seguidas entre la teoría y el campo empírico siguen estándares y tradiciones del campo en el cual son producidas. A ambos aspectos, tanto de contenido como de formato y estilo de las publicaciones, se referirá este capítulo en adelante.

El hecho de que el estudio de los consumos culturales en la Argentina se ha desarrollado especialmente en el ámbito institucional de las carreras de comunicación de las universidades argentinas –aunque se encuentran investigaciones sobre el tema también en los departamentos de sociología y arte–, hizo que el tratamiento del problema se centralizara con mayor frecuencia en la relación de los públicos con los medios. Esta institucionalización del estudio y la investigación sobre los consumos culturales vinculados a la recepción y los públicos en las carreras y departamentos de comunicación tiene ventajas y desventajas. Las ventajas derivan de una carencia: la ausencia de una disciplina canonizada como comunicación y la fuerte participación como docentes e investigadores de los departamentos de comunicación de sociólogos, antropólogos, politólogos, semiólogos o del campo de estudios literarios, entre otros, ha impedido que se consolidara una *doxa*, difícil de sortear en otras áreas, lo cual permite mantener abierta la mirada sobre el problema.

No obstante, la otra cara de esa pluralidad inicialmente promisoriosa origina algunas dificultades para lograr la consolidación de ejes temáticos y tradiciones de investigación comunes. Como en otros casos de las ciencias sociales, en este parece oportuno reconocer que es necesario confrontar de manera razonada diversos enfoques teóricos y articularlos lógicamente con el objetivo de construir un área específica de problemas con el objetivo de evitar aquello que Passeron denomina “eclecticismos azarosos” (Corcuff, 2013: 136). La mirada interdisciplinaria se presenta como un horizonte ilusorio si cada disciplina sostiene en el debate sus fronteras, prestigios, tradiciones y logros ya institucionalizados frente a la primacía que en todo trabajo de conocimiento debe tener el problema de estudio.

En la revisión de la producción sobre los consumos culturales en general se pudo observar que existen una diversidad de enfoques bajo el paraguas de tradiciones disciplinares diferentes. En ocasiones, ello se traduce en la disolución de problemas más complejos del consumo de bienes simbólicos centrándolos en los medios a los que se les otorga, como ya se ha dicho de muchas maneras, “cierta independencia y posición privilegiada” (Grossberg, 2001). En escasas oportunidades, repetidamente señaladas en este libro, las investigaciones abordan el problema de los consumos culturales en general, ubicando a los públicos de los medios en áreas de mayor alcance como, por ejemplo, el uso del tiempo libre, el entretenimiento, las demás prácticas del ámbito doméstico, el contacto con el entorno, la vida en común y las relaciones con los otros, o en competencia o complementariedad con las demás ofertas de bienes culturales. En este marco, entonces, la forma que adquirió una parte importante del estudio de los consumos culturales en la Argentina sigue la historia localizada de los estudios de los medios y sus públicos y, además, presenta abordajes disímiles a veces difíciles de integrar en un cuerpo de saberes más o menos sistematizado.

En la selección del corpus de este capítulo se intentó incluir trabajos que problematizaran categorías teóricas clave para el estudio de los consumos culturales en general privilegiando, por lo expuesto, aquellos reconocidos por su tratamiento de los públicos, de la recepción y del consumo de medios y TIC. Algunos de los trabajos aquí incluidos son de referencia obligatoria en los estudios sobre los medios y sus públicos, los consumos culturales, las TIC y las relaciones entre la comunicación y la cultura.

La cuestión más difícil de resolver de manera aceptable fue la conceptual. Como ya se dijo, el auge de los estudios de recepción en el campo de la comunicación en el período estudiado llevó a la profusión de numerosos términos que ocupan el mismo campo léxico. Así, exposición, apropiación, uso, lectura, junto a consumo, entre otros, se repiten en los trabajos alternativa e indistintamente para aludir al conjunto de prácticas implicadas en la interacción mediática de los públicos estudiados. Tal como se anticipó en el apartado metodológico inserto en los comienzos de este libro, aun cuando los trabajos se consignaran como “estudios de recepción” lo mismo se incluirían en esta revisión siguiendo una consigna aconsejada por las exploraciones previas que indicaban una escasa diferenciación teó-

rico-conceptual entre recepción y consumo por parte de los autores. En consecuencia, se decidió integrar en el corpus trabajos que no solamente propusieran debates teóricos sino también aquellos que revisaran antecedentes y exploraran el alcance teórico conceptual de algunas categorías clave de los estudios del campo como consumos culturales, recepción, públicos y prácticas que tanto los públicos como sus integrantes actualizan al ponerse en relación con los bienes simbólicos y las tecnologías por las cuales circulan.

En términos de los antecedentes expuestos se puede decir que muchos de los trabajos aquí consignados, excepto el de Quevedo, no tuvieron como objetivo estudiar consumos culturales siguiendo la tradición que la expresión adoptó en los estudios pioneros referidos en la introducción de este libro.¹ Sin embargo, en ellos el término consumo ha sido usado o bien indistintamente con el de recepción o bien aprovechando cierto matiz sinonímico con otros pares léxicos como exposición, uso o apropiación.

Movimientos teóricos: revisión, verificación y desplazamientos

El corpus analizado presenta rasgos característicos de los modos en que se lleva adelante la reflexión teórica sobre las prácticas y consumos culturales en general y de medios y TIC, en particular, en la Argentina contemporánea. A continuación se analiza cada uno de ellos recuperando las nociones y argumentaciones centrales de trabajos que los respresentan. Se han clasificado las unidades del corpus de la siguiente manera: a) ensayos y revisiones generales; b) propuestas y exploraciones teórico-metodológicas; c) verificaciones de teorías establecidas y d) debates sobre desplazamientos teóricos entre la comunicación y la cultura. Seguramente este modo de clasificar los trabajos no es exhaustivo ni, como se verá, totalmente excluyente; corresponde a un modo de interpretar las preocupaciones centrales

¹ Las producciones desarrolladas en la década de 1990, como las surgidas en América Latina originadas en la investigación dirigida por García Canclini sobre los consumos culturales en América Latina, o las investigaciones de María Cristina Mata en Córdoba o de Patricia Terrero en Entre Ríos. Todas fueron referidas en la introducción como los antecedentes clave de la producción sobre consumos culturales en la Argentina en la primera década de este siglo.

de los textos según el formato que asumen y, al mismo tiempo, el tenor de las argumentaciones que sustentan.

a. Ensayos y revisiones.

Un modo de desarrollar la reflexión teórica es formular una revisión de antecedentes teóricos y de investigaciones previas con el objetivo de reconstruir su derrotero histórico durante un período y lugar determinados.

El texto de Saintout y Ferrante (2011) es un caso ejemplarmente ilustrativo de este tipo de abordaje. Se trata de un estudio que busca diferenciar etapas en los estudios de recepción en la Argentina desde 1980 a 2009. Así, el texto ofrece un estado del arte sistemático, con una mirada amplia, que describe con claridad y de forma sustantiva los trabajos existentes y propone además una reflexión crítica sobre las falencias y tensiones de los trabajos existentes. Para los años ochenta, propone pensar en dos líneas de trabajo: por un lado, los estudios vinculados al análisis de lo popular, desde una perspectiva influida por los Estudios Culturales y la sociología de la cultura; y por otro lado, los estudios centrados en las condiciones de reconocimiento a partir del análisis del discurso, desde una perspectiva semiótica. Sobre la década de los noventa, las autoras estudian los desplazamientos de los estudios de recepción y señalan los planteos críticos que aparecen sobre los rasgos de este campo de estudios en la Argentina, a partir de las reflexiones de Caletti (1992) y de Grimson y Varela (1999). Luego, abordan en profundidad los estudios de recepción, en un sentido amplio, realizados en la última década (2000-2009) ubicando: a) los estudios macrosociales, cuantitativos y descriptivos, realizados generalmente por consultoras privadas u organismos del estado; b) los estudios microsociológicos del consumo cultural en la vida cotidiana (Alabarces, Míguez y Semán, Wortman, entre otros); c) los estudios clásicos de recepción (Merlo, Valdettaro, Maestri, entre otros). Según las autoras estos últimos “han ido menguando en los últimos años para dar lugar a dos tipos de trabajo: los estudios de mercado y los estudios que desde una microsociología de lo cotidiano se preguntan por unas culturas populares, de las cuales “no está claro su capacidad de resistencia y producción cultural o, al menos, su capacidad en los términos en que se pensó durante la década

del 80 (como contrahegemónica o táctica)” (Saintout y Ferrante, 2011: 40). Las autoras entienden a la recepción desde una concepción que no se restringe al consumo de medios, e incluyen en su estudio tanto a los análisis semióticos como a las investigaciones de audiencias y a los trabajos que, desde la microsociología, aportan para comprender las prácticas y consumos culturales. Sin embargo, “en los estudios contemporáneos podría señalarse como un olvido de la estructura y del poder en pos del resalta- miento de la vida cotidiana de unos actores que parecen situarse sin relación con la estructura del espacio social, no porque se desconozca que ella está sino porque simplemente no se trabaja la articulación con la misma” (ibídem: 34). A modo de conclusión, el texto propone una agenda de investigación para los próximos años señalando:

[...] la necesidad de volver desde lo caminado, desde lo aprendido, a una investigación que pueda indagar la presencia de unas agencias, unas capacidades de impugnación y reinención, de recreación, pero en el marco de su puesta en relación con el espacio social. Con un espacio social pensado a su vez como totalidad. Las “historias mínimas”, lo micro, no puede seguir siendo pensado sin su articulación a una dimensión social histórica total. Pero a la vez, la historia está hecha de las prácticas cotidianas que reinventan su sentido, que están en movimiento, y esto debe ser indagado también (ibídem: 41).

b. Propuestas y exploraciones teórico-metodológicas

El trabajo “Propuesta metodológica para la construcción de una canasta básica de consumo cultural para América Latina”, escrito por Quevedo (2011), presenta un estudio teórico y metodológico sobre los consumos culturales. Así, la preocupación por definir esta categoría se ve acompañada de un esfuerzo por delinear posibles estrategias de abordaje en el marco de investigaciones empíricas. En primer lugar, la noción de consumo cultural aparece fuertemente asociada a la idea de participación en sociedades basadas en una economía de mercado. De allí que el consumo se relacione estrechamente con el acceso a cierto tipo de bienes por vía del mercado; ergo, la participación en este tipo de sociedades aparece fuerte-

mente asociada a la participación en el mercado. Luego, el capítulo propone un diseño metodológico para la construcción de una Canasta Básica de Consumo Cultural (CBCC) para la región de América Latina que permita asegurar, tanto a nivel individual como a nivel país, umbrales mínimos de consumo cultural, con el fin de que las personas puedan acceder a la cultura y se realicen los beneficios individuales y sociales que se desprenden de tal participación. Para ello el autor propone una especie de plan y propuesta de operacionalización del concepto de CBCC. Así se detalla el índice de consumo cultural que se obtiene a través de una encuesta que identifica acceso y frecuencia de consumo y, para cada bien, se compone una matriz de indicadores. Luego, para cada país se calcula un promedio simple de los niveles de acceso y se normalizan los promedios para ser jerarquizados en un ranking de acceso por país para que luego puedan ser comparados.

Dentro del corpus seleccionado, un conjunto significativo de textos plantea una reflexión teórica sobre la naturaleza, el rol y la constitución de los públicos en los procesos comunicacionales y los consumos de diferentes bienes culturales como el cine, la prensa gráfica, el teatro y los centros culturales. Carlón (2005), desde el mismo título de su capítulo, “Los sujetos telespectadores, ¿son activos o pasivos?”, plantea un eje muy amplio de discusión que podría considerarse como un preludeo a los estudios de recepción: la capacidad de agencia de los públicos. El capítulo presenta un abordaje teórico a la noción de público, espectador y telespectador en función de diferentes contribuciones teóricas de variados investigadores. En este sentido, propone una revisión bibliográfica que permita construir aquellas nociones. Como resultado, señala que las respuestas pasivas y activas al arte son evaluadas con grandes vectores analíticos de la experiencia de los sujetos con los medios de comunicación. El cine, como ejemplo en el que se identifican los mecanismos y funcionamientos mencionados, aparece como una puerta de entrada al universo sobre el que se asienta el texto mediante una revisión de las más importantes formulaciones europeas sobre el tema basadas en aportes de Carroll, Metz y Eco. El texto llega a la conclusión de que las posturas apocalípticas sobre los públicos han cerrado las reflexiones y propone una apertura analítica para considerar ya no solo a los sujetos como activos sino como productores activos de significados socialmente situados.

En una dirección similar, el trabajo de Valdetaro (2010) plantea una discusión en torno a la pertinencia de los abordajes tradicionales tendientes a comprender los procesos de recepción en el contexto contemporáneo. La autora reflexiona en torno a los cambios acaecidos en la mediatización y la insuficiencia de los procedimientos clásicos de medición de audiencias de base cuantitativa, así como de las descripciones etnográficas de los consumos mediáticos para estudiar dichos cambios.

La principal dificultad de ambos enfoques estriba en la epistemología del sujeto social que suponen. Ya sea en términos de constructos de agregados estadísticos, o de individuos y grupos haciendo uso de sus decisiones de consumo/recepción empíricamente situados, ambos puntos de vista se apoyan en una hipótesis simplista de la naturaleza de las subjetividades sociales incapaz de explicar la complejidad del vínculo producción-reconocimiento (Valdetaro, 2010: 1).

En este marco, conceptos como los de “contrato de lectura” y “agenda setting” ven resquebrajada su capacidad explicativa y merecen severas redefiniciones en tiempo de la masificación de Internet y las redes sociales virtuales. Del mismo modo, las nociones de públicos y usuarios se vuelven inestables, pues “que tampoco haya un acuerdo acerca de cómo nombrar estos colectivos emergentes en el campo, por ejemplo de la filosofía política, también puede ser tomado como un síntoma de inestabilidad que se percibe en los fenómenos actuales, políticos y sociales” (Valdetaro, 2010: 31).

El texto de Amado Suárez (2004), titulado “Medios modernos: lectores-consumidores y ciudadanos”, relaciona consumo con mercado y circulación de bienes y ofrece una interpretación sobre la construcción de públicos por parte de la prensa. La teoría es utilizada para contextualizar y construir un problema de investigación. Apelando a la categoría de “consumidores-ciudadanos” de García Canclini, señala que los medios masivos además de ser un espacio de discusión de la cosa pública son vehículos para nuevas modalidades de consumo y mercado que determinan, en la actualidad, las articulaciones entre las sociedades posindustriales y las redes informativas, en tanto canales plurales de intercambios simbólicos. Para abordar este fenómeno la autora pone en discusión el concepto de consumo confrontando las posiciones más críticas como las de la Escuela

de Frankfurt y las posiciones favorables de autores como Lipovetsky. Para este último el consumo está asociado a la capacidad de los individuos de elegir, de responsabilizarse y de participar. Mientras que para la tradición frankfurtiana estas elecciones son falaces por cuanto “la industria cultural no se adapta a las reacciones de los clientes como los inventa” (ibídem: 247). Frente a esta discusión, la autora señala que ambas perspectivas tienen en cuenta que el consumo no es una práctica exclusivamente material sino que es simbólica “el consumo es una actividad sistemática de manipulación de sistemas de signos, no de sujetos” (ibídem: 247). Para reflexionar sobre la construcción del público lector de la prensa gráfica de la Argentina, en tanto “ciudadano, ávido de información, y como consumidor de anuncios publicitarios” (ibídem: 245), la autora se vale de diversas perspectivas teóricas citando autores de referencia de la sociosemiótica, los Estudios Culturales, el interaccionismo o los estudios postestructuralistas para abordar las transformaciones que operan en la constitución de los consumidores-ciudadanos a partir de la masificación de las industrias culturales en las sociedades contemporáneas. Por un lado, rescata mayoritariamente los postulados de autores clásicos europeos. De Bourdieu y Berger y Luhmann toma sus interpretaciones sobre los mecanismos de construcción de legitimidad de los medios de comunicación en la conformación de la realidad social. Habermas le sirve para caracterizar el periódico como mercancía y Adorno para revisar las críticas al mercado de masas que se consolida a fin del siglo XIX articulando emisores y receptores en un nuevo espacio público. Touraine es rescatado para pensar las posibilidades del sujeto moderno en el contexto actual de la mediatización. También, recupera a Lipovetsky y a Baudrillard para dar cuenta del consumo como configurador de nuevas posibilidades de interacción social y para confrontar con las teorías apocalípticas sobre las industrias culturales. Pero, por otro lado, el texto además refiere a las propuestas teóricas elaboradas por autores latinoamericanos como García Canclini para abordar el rol de los medios en las sociedades actuales en tanto vehículos del consumo y el mercado globalizado. Por su parte Ortiz le permite plantear la idea de que el consumo no resultó en la uniformidad homogenizante que temían los apocalípticos porque se ha vuelto un mecanismo de identidad cultural y de legitimidad social. Asimismo, se vale de las interpretaciones de Verón para definir que los medios son algo más que dispositivos tecno-

lógicos: son sujetos que generan condiciones de producción y recepción específicas que a su vez determinan “nuevas condiciones de construcción de los colectivos de identificación” (ibídem: 243).

Desde una perspectiva sociológica, Wortman (2010) reflexiona en torno a los vínculos entre las transformaciones socio-históricas, la producción de bienes culturales y la conformación de sus públicos. Se trata de un texto teórico vertebrado en torno a tres ejes: la cultura “hegemónica”, las gestiones alternativas y las nuevas tecnologías como espacios significativos. Mediante una orientación teórica principalmente europea y norteamericana en la definición de sus conceptos clave (cultura, consumo, públicos), la autora vincula la cultura con las transformaciones estructurales e intenta explicar las maneras en las que los públicos se han modificado en los últimos años llegando a convertirse en productores culturales y hasta gestando acciones con la ayuda de las nuevas tecnologías. Esta revisión teórica brinda el punto de partida para el análisis de diferentes experiencias protagonizadas por grupos de teatro, directores de cine, colectivos de diversos artistas, centros culturales, fábricas recuperadas, como “respuesta” a la crisis de 2001 y a las nuevas características del escenario cultural y económico.

Esta búsqueda de relación entre la teoría y el campo empírico, pero de manera más claramente buscada y explicitada, es la que caracteriza a otros textos que serán tratados a continuación.

c. La búsqueda de verificaciones de propuestas teóricas

Un tercer grupo de textos del corpus seleccionado presenta perspectivas teóricas como punto de partida para el estudio de objetos de investigación específicos con el objetivo de explorar los alcances y verificar esas teorías, algunas ya canónicas del campo. Es decir, cuando la teorización antecede a un trabajo empírico, se construye un diálogo de las teorías disponibles a los fines de interpretar los resultados de la manera sugerida en la construcción teórica. La mayor parte de estos trabajos del corpus se caracterizan por estudiar la recepción en términos de grupos, clases, generaciones y otras categorías socioculturales. Este proceso de construcción del objeto de estudio demanda la definición de un marco teórico. Es

decir, se vuelve preciso explicitar la perspectiva desde la cual un fenómeno determinado será abordado e interpretado. De allí que las definiciones en relación a las nociones de consumo, usos y apropiaciones se vuelvan indispensables. En los estudios sobre públicos específicos está implicada la cuestión de la cultura del grupo, más que la pertenencia a categorías estructurales. Por ejemplo, en los casos de Cohendoz (2002), Aliano (2010) y Chavez (2011), los jóvenes son vistos como sujetos de la cultura juvenil más que como integrantes de una categoría del ciclo vital. El texto de Romero (2012), en cambio, estudia la comunidad gitana de San Salvador de Jujuy y sus usos de la oralidad.

El artículo de Mata (2006) muestra una búsqueda de definiciones teóricas tendiente a la construcción de su objeto de investigación. El trabajo aborda la operación por la cual el público se constituye como tal en las actuales sociedades mediatizadas. La autora plantea el consumo como el intercambio de bienes culturales que hoy se produce en el mercado, por lo cual es necesario comprender los modos complejos seguidos por los públicos en sus procesos de constitución. Para Mata, el público como condición identitaria contrapone ciudadanía a mercado.

Un objeto complejo —el ser público— postulando su condición de nueva formación social y nueva referencia identitaria construida a partir de múltiples interpelaciones, y la necesidad de aprehender los mecanismos de su constitución y el sentido que esa operación tiene, como vía para la comprensión del modo en que los individuos nos reconocemos y actuamos en las sociedades mediatizadas (Mata, 2006: 7).

Si bien el trabajo de Chaves (2011) no se ocupa de la cuestión del consumo cultural como eje central permite dar cuenta de la importancia que la dimensión cultural ha ganado en los estudios sobre la configuración de las juventudes contemporáneas. Mediante una detallada revisión bibliográfica, la autora confirma su hipótesis de que se produjo un giro cultural en los estudios de juventud en América Latina. Señala asimismo que los autores latinoamericanos fueron buenos lectores de las discusiones de los Estudios Culturales en la medida en que impactaron en sus investigaciones pero, al mismo tiempo, mantuvieron la preocupación por la cuestión de la clase social. El giro cultural en los estudios de juventud consistió

en un desplazamiento de la mirada hacia el análisis de la construcción cultural de la juventud y la construcción juvenil de la cultura.

Este giro hacia la cultura sostenido por Chaves es también una de las inquietudes que emergen en los trabajos de Cohendoz (2002) y Aliano (2010). Ambos textos están centrados en la revisión teórica de los estudios sobre el lugar de la música en la conformación de culturas juveniles y de culturas populares. En ambos casos, el estudio de estos públicos específicos demanda la inscripción del objeto de estudio en los debates respecto al rol del consumo cultural en la configuración de la cultura contemporánea, sus movimientos hegemónicos y los intersticios de resistencia. El trabajo de Cohendoz (2002) es un ensayo sobre la juventud argentina durante la década de 1990 ejemplificada por la evolución del canal MTV y sus influencias en la cultura juvenil. La autora sostiene que el uso de la tecnología y el consumo cultural producen modos de participación globales que operan como una nueva experiencia de socialización para los jóvenes, diferente a la socialización tradicional en el seno familiar, en la escuela o en el trabajo. Para analizar esta relación entre consumo e identidad remite a la constitución de una audiencia juvenil a partir del consumo del canal MTV recuperando las perspectivas clásicas sobre consumos culturales, en tanto entiende a los consumos culturales como formas de adscripción e integración social. La autora postula el consumo como una condición de posibilidad de la cultura juvenil partiendo de la premisa de Néstor García Canclini según la cual “el consumo sirve para pensar”. Sostiene que “los jóvenes de todo el mundo comparten hábitos y gustos semejantes. A través de la televisión, de los discos, de las revistas, de Internet, y de muchas otras formas de comunicación se obtienen conocimiento de las costumbres, de las modas, de los estilos más diversos” (ibídem: 10). Al mismo tiempo afirma que en el marco de las profundas desigualdades sociales solidificadas en la Argentina de la década de 1990, el consumo de la música –signada por la presencia hegemónica de MTV– ha permitido tanto la homogenización de las diferencias como la expresión de procesos de resistencia cultural.

Si bien el consumo se constituye en una configuración material de la identidad joven su dinámica está signada por la experiencia concreta que los sujetos tienen de ella, es decir, existen diferentes posiciones en el proceso social:

desigualdad en el acceso al bienestar económico, y la diferencia, en el acceso al mundo simbólico, rearticulan el colectivo juventud como espacio de reconocimiento desde el cual se pueden pensar las diferentes posiciones en el proceso cultural (ibídem: 13-15).

Al igual que en el caso de Cohendoz, el artículo de Aliano (2010), titulado “Culturas populares: orientaciones y perspectivas a partir del análisis de un campo de estudios”, aparece centrado en la revisión teórica de los estudios sobre un público particular y el consumo de bienes culturales específicos, en este caso el rock en tanto práctica vinculada a procesos de adscripción identitaria. El trabajo de Aliano parte del análisis de las orientaciones y perspectivas teórico-metodológicas prevaletentes, para luego plantear los posibles aportes de este campo a los estudios de las culturas populares. Así, describe cierto consenso de los estudios de las culturas populares en torno a la visión relacional, a la importancia de las mediaciones y a su diferenciación con la cultura masiva. Refiere a la propuesta de Grignon y Passeron (1992) para distinguir dos posiciones al interior del campo: una, que enfatiza las subalternidades y las resistencias y otra que resalta las positivities de las culturas populares. Para Aliano, la primera posición puede ser ejemplificada con los trabajos de Pablo Alabarces y María Graciela Rodríguez, a quienes considera ligados a los Estudios Culturales e influidos por Gramsci, mientras que la segunda asume una perspectiva socio-antropológica que, para el autor, estaría representada por textos de Pablo Semán, Daniel Míguez y Denis Merklen. Más allá de exponer esos énfasis diferenciales, Aliano destaca en todos esos estudios la preocupación por establecer vínculos entre los procesos sociales más amplios acaecidos en la sociedad argentina y el lugar de la música como repertorio identitario. Así, para Aliano

[...] se comienza a prestar creciente atención a la problemática teórica acerca del papel *constitutivo* que tiene la música en la construcción identitaria de las personas. [...] pone la atención en la capacidad de la música, no ya de “expresar” identidades dadas en un plano estructural previo, sino de contribuir a “constituir” identificaciones: una imagen de sí mismo y de los otros (2010: 195-196).

Otro tópico que ha despertado interés teórico dentro de los estudios de los consumos culturales es el de las Tecnologías de la Información y

Comunicación (TIC) abriendo un sub-campo específico dedicado al análisis de los usos, consumos y apropiaciones de Internet. En esta línea, existen varios trabajos que procuran adaptar marcos teóricos y categorías de análisis para el estudio del nuevo ecosistema de medios en determinadas localidades de la Argentina. Por ejemplo, el libro de Mansilla (2011), *Nuevos consumos culturales. Tecnología y bienes simbólicos. Aportes teórico-metodológicos*, recupera la perspectiva bourdiana para analizar los vínculos entre las posiciones sociales de los agentes y sus consumos culturales de bienes simbólicos y nuevas tecnologías en la ciudad de Villa María, en la provincia de Córdoba, a comienzos del siglo XXI. Por su parte, el texto de Cabrera (2010) se inscribe en el debate teórico actual de la relación entre arte escénico performativo y nuevas tecnologías masmediáticas. El trabajo intenta primero reflexionar sobre los conceptos que desde la Teoría del Actor-Red (TAR) impacta sobre las puestas en escena específica en una compañía de teatro de Santa Fe y las implicaciones teóricas que dicho impacto tiene para las narrativas transmedia. De este modo, se contribuye a formular y recorrer posibles perspectivas para responder el interrogante acerca de la naturaleza de los públicos de las llamadas “narrativas transmedia”. Frente a una sociología que teoriza lo social como una materia ya dada cuyo funcionamiento debe ser develado, el texto propone adoptar una perspectiva que se encuadra en una “asociología” o sociología de las asociaciones, una construcción propia de la TAR contemporánea. Las orientaciones teóricas que viabilizan la investigación son: la sociología de las asociaciones de Bruno Latour, para no imaginar la sociedad como un marco donde se actúa sino como el punto de partida de la morfología de la sociedad misma: “como entramado”. El autor también dialoga con ideas centrales sobre los procesos comunicativos de Jesús Martín Barbero y de Carlos Scolari, sobre la importancia del concepto hipermediación más que el de mediación para la nueva comunicación digital.

d. Desplazamientos entre comunicación y cultura

Otro rasgo que muestran algunos escritos teóricos incluidos en el corpus —que en buena medida se deriva del anterior— es la frecuente y explícita preocupación analítica por el vínculo entre comunicación y cultura.

Cuando empiezan a estudiarse las diferencias, las localizaciones del sentido circulante, es decir, públicos específicos, es entonces cuando comienza a considerarse necesario aclarar las implicaciones, exclusiones y relaciones lógicas entre conceptos clave; en suma, se vuelve preciso revisar el tipo de conexiones, necesarias en cualquier teorización sobre los consumos de bienes culturales, entre cultura, consumo y recepción.

La ponencia de Caggiano y Rodríguez (2008), aborda esta trama conceptual a partir de una reflexión general respecto a los vínculos entre los estudios de comunicación y la antropología como marco de análisis cultural. A lo largo del texto se discute la “culturalización de la comunicación” y la “semiotización de la cultura” en tanto procesos de mutua influencia entre aquellas disciplinas. Para ello, en primer lugar los autores revisan brevemente el diálogo histórico entre comunicación y antropología, repasando el desnivel temporal entre ambas (una disciplina clásica como la antropología y un campo reciente como la comunicación), la importancia de la antropología para la fundación del campo de estudios en comunicación social en la Argentina y su incidencia en el descentramiento con respecto a los medios de comunicación. En el texto se comenta el impacto de la investigación en comunicación sobre la antropología, en particular la que estudia las sociedades complejas. Los autores plantean que la dimensión que acerca la comunicación y la antropología es la “cultura” en tanto objeto de investigación y en tanto concepto. Señalan que un hito central para el acercamiento entre ambas disciplinas fueron los Estudios Culturales en su versión anglosajona y en la latinoamericana, que legitimaron la investigación de ciertos “objetos menores”, que a su vez conllevó sus propios problemas. Caggiano y Rodríguez conciben a las prácticas y consumos culturales de manera compleja, atendiendo a la acción de los sujetos como “productores” de cultura tanto como “producidos” por la cultura.

La culturalización de los estudios en comunicación representó entonces el esfuerzo por abandonar el encierro en pseudoespecificidades limitadas por medios, aparatos, transmisiones de mensajes y efectos (Williams, 1982), y fue la base para la promoción de los estudios de “comunicación/cultura” (Schmucler, 1997; Martín Barbero, 1981) que reestructuraran radicalmente este espacio de conocimiento a mediados de la década de 1980 (Caggiano y Rodríguez, 2008: 4).

En otro conjunto de textos (Romero, 2012; Grimson, 2012; Gobatto, 2013) existe un denominador común a la hora de reflexionar en torno a los itinerantes rumbos de la relación entre comunicación y cultura. Este denominador común es el interés por replantear el rol de las transformaciones tecnológicas en los modos en que el eje comunicación/cultura se ha ido concibiendo a través del tiempo.

El ya citado texto de Romero (2012) expresa una fiel expresión de estas preocupaciones. Su punto de partida es la centralidad que la oralidad tiene en la comunidad gitana en San Salvador de Jujuy. La autora pone en discusión los límites de los objetos de estudio del campo de la comunicación centrados en el uso de la tecnología y los medios de comunicación. De este modo, Romero repasa los alcances y perspectivas de los estudios de comunicación para intentar reposicionar los análisis del proceso de articulación entre oralidad y escritura sobre el eje comunicación/cultura. Así, se encarga de remarcar, recuperando a Schmucler, “lo indisociable de los términos comunicación/cultura” (2012: 459). Para ello, da cuenta de algunas concepciones sobre la comunicación: a) como proceso de producción y de circulación de sentidos y significados que posibilita la interacción humana o b) como proceso de intercambio dinámico de formas simbólicas cuyo objeto es el proceso social de producción, circulación mediada, intercambio desigual, intelección y uso de significaciones y sentidos culturalmente situados, refiriendo a Torrico Villanueva. Así, alcanza una síntesis que le permite imaginar la comunicación como “juego de códigos” [...] “negociación” y por tanto “acción”. Para Romero, esta perspectiva preconiza el aspecto relacional donde se visualizan pujas de sentido y tensiones que evidencian una participación siempre activa de los actores involucrados (Romero, 2012: 454).

Dentro de los rasgos destacables del texto se pueden mencionar en primer lugar el intento por explicitar la conexión comunicación/cultura. En segundo lugar, la pretensión de concebir a “la comunicación como un campo multidisciplinar que habilita una “mirada” o una “entrada” para la aprehensión de lo social” (ibídem) y, finalmente, el propio abordaje de un objeto de estudio poco frecuente en el campo de la comunicación como es la oralidad.

El artículo de Gobatto (2013) propone enriquecer los debates teóricos sobre el proceso interactivo propio de la comunicación incluyendo los apor-

tes y debates sobre los usos e interacciones con las TIC. El objetivo es el de rastrear en estas obras las aperturas y elementos que permitan pensar la interacción sin co-presencia, como aspecto clave para las ciencias sociales contemporáneas. Se discute la perspectiva que considera a la interacción como si fuera producida únicamente en situaciones cara-a-cara y se propone, en cambio, conceptualizar la “interacción sin copresencia”, a través de una tipología de cuatro formas de interacción que toman en consideración los fenómenos de la “oralidad secundaria” (categoría que toma de Ong, una referencia también presente en el texto de Romero) y de la “simultaneidad despacializada” (concepto de J.B. Thompson). El autor reflexiona entonces sobre los vínculos entre la interacción y las interfaces artefactuales sosteniendo que se producen los elementos básicos que definen a la interacción, pero que sin embargo esta tiene algunas características diferenciales en la comunicación digital contemporánea. Fruto de la reflexión teórica, el artículo permite una clarificación de la discusión sobre el concepto de “interacción”. Además ofrece la formulación del concepto de “interacción sin copresencia” en tanto en las situaciones mediadas por la tecnología de la comunicación se crean y siguen rituales, se verifica una comprensión común que refiere a un cúmulo de conocimientos compartidos, se actúa para preservar la “cara” y se confía en que “así sigue” (Gobatto, 2013: 60). Por último, el autor desarrolla los vínculos conceptuales entre la interacción y los medios electrónicos de comunicación y los dispositivos tecnológicos de nueva generación, entendidas como “interfaces artefactuales”.

La emergencia de las TIC desde el marco de estudio de los vínculos entre cultura y comunicación también es el objeto de un trabajo de Alejandro Grimson (2012), en la presentación de un Dossier especial sobre nuevas tecnologías de la revista *Telos*. El autor reúne comentarios sobre distintas formas en las cuales las tecnologías transforman las comunicaciones, y los usos culturales transforman los sentidos de las tecnologías. Grimson propone una visión compleja y no determinista de las relaciones entre comunicación y tecnologías. Para ello discute las imágenes de la “aldea global” de Marshall MacLuhan y también las ilusiones de la antropología de encontrar “nativos desconectados”. El autor plantea el interrogante sobre qué puede significar la cultura hoy en relación a las TIC y discute posibles respuestas a partir de tres imágenes:

La primera, llamada “cultura”, podemos considerarla una mera ilusión de homogeneidad local o global, o de inclusión glocal. La segunda es una configuración cultural, una heterogeneidad históricamente articulada. [...] La tercera imagen es la de mundos escindidos, es decir, diferencias no articuladas, heterogeneidades incomprendidas, acciones que no son comunicativas más allá de la frontera del propio universo de sentido (Grimson, 2012: 3).

En síntesis, los textos que plantean, exploran o debaten cuestiones teóricas que desde un punto de vista amplio se pueden considerar pertinentes al problema del consumo de bienes culturales muestran algunos rasgos que pueden perfilar modos de trabajo y preocupaciones propias del campo institucional en el que se producen y en el tiempo que son elaboradas. Dan cuenta de revisiones temáticas, fundamentan resultados de investigaciones realizadas sobre públicos específicos, proponen la necesidad de esclarecer relaciones entre el campo de estudios de la comunicación y la cultura, no ya afincada en la caracterización de determinados públicos sino como clave interpretativa de transformaciones sociales del período. Por otra parte, se destacan un conjunto de estudios que se orientan a profundizar el alcance teórico de algunas categorías centrales para el estudio del problema como son las de *público, interacción, narrativas transmedia, nativos digitales* y el cambio de perspectiva que requieren *las TIC*, como nuevo dispositivo que integra el circuito de producción, circulación y consumo de medios y bienes culturales en general.

Una antesala de desplazamientos en las ciencias sociales y las categorías centrales de las producciones estudiadas

Para comprender los objetos de análisis y los intereses de las producciones analizadas es necesario considerar los alcances de dos movimientos que después de la década de 1980 marcaron las ciencias sociales en su conjunto y que no siempre parecen independientes entre sí: una atención creciente centrada en el sujeto² y una preocupación central por la dimensión cultural de la vida social.

² Véase Elliot, 1999: cap. 1.

En algunas producciones analizadas ambos movimientos van de la mano; pues, como señalan Mattelart y Mattelart (1991), en América Latina el retorno al sujeto aparece como un retorno a las culturas populares en su interacción con la cultura de masas. Así, la especial atención a lo popular como escenario y campo de tensiones genera un profuso espacio de reflexiones sobre consumo, cultura y medios tanto para investigaciones empíricas como para la exploración teórica.

En otras publicaciones, no obstante, se muestran interpelaciones identificatorias diferentes: el retorno al sujeto significa la necesidad de dar cuenta de la actividad interpretativa, de la apropiación activa, que los consumidores y receptores producen en las prácticas de recepción, consumo y uso de bienes simbólicos.

Más allá de las orientaciones teóricas y las preocupaciones específicas de cada autor, la cuestión de los procesos de identificación variados que delinearían viejos y nuevos modos de subjetivación es la clave para interpretar de manera resumida el fulcro privilegiado en el que se apoyaron los debates teóricos del período sobre el consumo y apropiación de medios y TIC en el país.

El denominado “giro cultural”, por su parte, que implicó la renovación teórica de disciplinas como la sociología, la política, la historia y la geografía también alcanzó a los estudios de comunicación, área en la que como se ha dicho generalmente se han centralizado las producciones sobre consumos culturales vinculadas a los medios y las TIC. En este campo la cuestión cultural ingresó vía la gran incidencia que tuvieron los Estudios Culturales en los departamentos y centros de investigación de comunicación del país.

Como se ha mostrado en el análisis, el sentido de esta transformación teórica lleva en algunos estudios a interpretar las prácticas de consumo y recepción de bienes simbólicos por parte de categorías sociales clásicas vinculadas a la edad, la juventud, o a condiciones de hábitat en términos de procesos identificatorios, con alcances diversos de apropiación, integración y resistencia, por parte de diferentes públicos. Esto es: los consumos de medios y TIC integran procesos culturales que producen subjetivaciones situadas en etapas o en entornos sociales específicos.

Otro grupo de trabajos asume el giro cultural enfrentando la discusión teórica que sin dudas implica la vinculación de dos campos definidos

como áreas de estudio diferenciadas. Por un lado, los estudios de la cultura y por otro, los de comunicación.

Obviamente, la antropología como disciplina insigne del estudio de las culturas fue la punta de lanza del giro cultural en todas las demás ciencias sociales, y también en los estudios de comunicación. No obstante desafiar la imaginación antropológica en la búsqueda de “el otro” transformando categorías sociales en grupos culturales en algunos casos puede ser una tarea riesgosa. Una categoría analítica permite clasificar estratos de adscripción, la cultura es un entorno de pertenencia. El carácter sustantivo del anclaje conceptual de “la” o “las culturas” autoriza a imaginar procesos de identificación que remiten a un “nosotros” integrador. A pesar de ello, la fuerza de la cultura como clave interpretativa, predominante en el período en las ciencias sociales, en ocasiones llevó a un debilitamiento de la cautela analítica que requiere esa distinción.

Por otro lado, tanto la cultura como la comunicación son dimensiones amplias y complejas de la vida social, esto es: a) encierran una multiplicidad posible de perspectivas de abordaje y b) se pueden identificar en cualquier ámbito y práctica de la vida social. Este carácter omniabarcante de ambas categorías, que en los estudios del período reiterada y rápidamente descuentan sus vínculos generó numerosas producciones que, si bien se autodenominan implicadas entre sus límites, no admiten fácilmente un recorte analítico ni temático medianamente claro. Un área de conocimiento requiere la generación de núcleos teóricos contenidos y recortados por márgenes de reflexión teórica y observación empírica medianamente unificados, con el objetivo de que los avances de quienes investigan en su nombre integren dimensiones de análisis y discutan sus alcances conceptuales sobre plataformas compartidas de sentido.

No obstante, como se dijo al comienzo, los estudios sobre consumos de medios y TIC se han concentrado generalmente en las carreras y departamentos de comunicación y parece cierto que los problemas de este campo de estudios no pueden girar solamente sobre la cuestión de los medios y las “nuevas” tecnologías. Existe una larga tradición en los tratados sobre comunicación que discute esta reducción. Quizás una de las más tempranas y fundamentadas exposiciones sobre la necesidad de ampliar el marco de análisis y pasar “del estudio de los medios al estudio de la comunicación” corresponda al autor latinoamericano Antonio Pasquali (1980).

Su esfuerzo teórico sostenido en categorías elementales implicadas en la comunicación, comenzando por la de relación, desmonta el concepto, lo historiza y actualiza, recuperando desde Wiener hasta Bateson.³

Por otro lado, tanto *el retorno al sujeto* como *el giro cultural* fueron movimientos que tuvieron como objetivo central relativizar las determinaciones que las teorías previas, desde el funcionalismo hasta el marxismo, depositaron en el equilibrio del sistema social, en las relaciones de producción, en la ideología de las clases dominantes o en invariantes estructurales del sentido. No obstante, la apelación a la cultura como dimensión privilegiada en la producción y reproducción de la vida social puede solamente cambiar el punto de la determinación en detrimento de una necesaria comprensión de la potencialidad analítica de las categorías centrales de análisis del complejo circuito comunicativo. Esto es: de la producción, circulación, consumo y apropiación de bienes simbólicos en su perenne recursividad.

A pesar de ello, los dos grandes movimientos teóricos de las ciencias sociales en los últimos tiempos: el retorno al sujeto y el giro cultural hablan de diferencias e identidades mediando en el circuito de producción y consumo de bienes simbólicos producidos por los medios y en las TIC. Los textos analizados no escapan a esas emergencias propias del momento y el lugar en que se producen y, en este marco, presentan un estado de la cuestión actualizado como punto de partida que desafía la imaginación superadora de los investigadores del campo.

Referencias bibliográficas

CORCUFF, P. (2013), *Las nuevas sociologías. Principales corrientes y debates 1980-2010*, Siglo XXI, Buenos Aires.

ELLIOT, A. (1999), *Contemporary Social Theory*, Blackwell, Massachusetts, pp. 33-81.

³ Por otra parte, a pesar de los años que tienen sus obras asombra la vigencia de gran parte de sus críticas a las políticas de la comunicación en la región y a las teorías dominantes en el campo.

- GRIGNON, C. y J.C. PASSERON (1992), *Lo culto y lo popular*, Endymion, Madrid.
- GRIMSON, A. y VARELA, M. (1999), *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*, Eudeba, Buenos Aires.
- GROSSBERG, L. (2001), “Cultural Studies in the Future Tense”, *Review of Education Pedagogy Cultural Studies*, 23 (2), Duke University Press, pp. 111-136.
- KNORR CETINA, K. (2005), *La fabricación del conocimiento. Un ensayo sobre el carácter constructivista y contextual de la ciencia*, Editorial Universidad Nacional de Quilmes, Quilmes.
- MATTELART, A. y MATTELART, M. (1991), “La recepción: el retorno al sujeto”, Recuperado de <https://carmonje.wikispaces.com/file/view/02+La+recepci%C3%B3n,+El+retorno+al+sujeto+-+attelart.pdf>.
- PASQUALI, A. (1980), *Comprender la comunicación*, Caracas, Monte Ávila Editores.
- SAUTU, R. (2005), *Todo es teoría: objetivos y métodos de investigación*, Lumiere, Buenos Aires.

Corpus analizado

- ALIANO, N. (2010), “Culturas populares: orientaciones y perspectivas a partir del análisis de un campo de estudios”, *Revista Sociohistórica*, N° 27, pp. 185-209.
- AMADO SUÁREZ, A. (2004), “Medios modernos: lectores-consumidores y ciudadanos”, *Oficios Terrestres*, N° X, pp. 15/16.
- CABRERA, N. (2010), “Tecnotrama. Objetos tecnológicos en escena y narrativa transmedia”, *De signos y sentidos*, N° 11, pp. 113-147.
- CAGGIANO, S. y RODRÍGUEZ, M. G. (2008), “Comunicación y antropología: continuar el diálogo”, en actas de *Congreso Argentino de Antropología Social*, Posadas.
- CARLÓN, M. (2005). “Los sujetos telespectadores, ¿son activos o pasivos? Apuntes sobre el saber de los sujetos y la ignorancia de la teoría”, *Diálogos de la Comunicación*, N° 71, p. 72.
- CARNIGLIA, E. (2010), “Sobre la constitución de un público. El agricultor familiar como lector de prensa agraria”, *Revista Argentina de Comunicación*, N° 4 (4/5), pp. 97-118.
- COHENDOZ, M. (2002), “Gente joven. El sentido de una aporía”, en *Actas de Jornadas sobre Globalismo y Pluralismo*, Montreal.

- CHAVES, M. (2011), “El ‘giro cultural’ en estudios sobre juventud en Latinoamérica: discusiones, momentos y enfoques compartidos”, en C. GIORDANO, M.S. SOUZA y V. VIDARTE ASOREY (eds.), *Cuestiones sobre jóvenes y juventudes, diez años después*, La Plata, Ediciones EPC de Periodismo y Comunicación.
- GOBATO, F. (2013), “La interacción social en la comunicación contemporánea”, *Revista de Ciencias Sociales Segunda Época*, N° 23, pp. 49-69.
- GRIMSON, A. (2012), “Redes para mundos incomunicados. Trastocamientos tecnológicos de la comunicación”, *TELOS (Cuadernos de Comunicación e Innovación)*, N° 93, pp. 1-3.
- MANSILLA, H. (2011), *Nuevos consumos culturales. Tecnología y bienes simbólicos. Aportes teórico-metodológicos*, EduViM, Córdoba.
- MATA, M.C. (2006), “Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación”, *Fronteiras - estudos midiáticos*, N° VIII (1), pp. 5-15.
- PUEBLA, F. (2012), “Enfoques temáticos-conceptuales desarrollados en estudios de público”, *Revista de Museología*, N° 55, pp. 50-55.
- QUEVEDO, L.A. (2011), “Propuesta de una canasta básica de consumo cultural” en GÜELL, P., MORALES, R. y PETERS, T. (ed.), *Una canasta básica de consumos culturales para América Latina*, Alberto Hurtado, Santiago de Chile.
- ROMERO, M.A. (2012), “Oralidad y escritura desde el campo comunicacional”, *Question*, N° 1 (35), pp. 447-463.
- SAINTOUT, F. y FERRANTE, N. (2011), “La recepción no alcanzó: aportes para pensar una nueva agenda de comunicación”, en JACKS, N. (coord.), *Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectivas al futuro*, CIESPAL, Quito.
- VALDETTARO, S. (2010), “Subjetividades y digitalización: bosquejo de un estado de la cuestión”, en NETO, A.F. y VALDETTARO, S. (ed.), *Mediatización, sociedad y sentido: Diálogos entre Brasil y Argentina*, UNR Editora, Rosario.
- WORTMAN, A. (2010), “Cambios culturales, cambios de consumos culturales”, *Revista Indicadores culturales 2009*, pp. 100-109.

LOS ESTUDIOS SOBRE LOS PÚBLICOS DE ARTES

Vanina Papalini y Marina Moguillansky

All in all, the creative act is not performed by the artist alone; the spectator brings the work in contact with the external world by deciphering and interpreting its inner qualification and thus adds his contribution to the creative act.

“The Creative Act”, Marcel Duchamp, Houston, Texas,
abril de 1957.

Introducción

En este capítulo nos ocuparemos de revisar los estudios centrados en la recepción de las artes, incluyendo a las artes plásticas y los museos en general, el cine, la danza, la música, el teatro y los festivales. Quizá por tratarse de artes cuya recepción abre una incierta pregunta sobre el mundo, como expresa Duchamp, el involucramiento del público, como partícipe de los sentidos de la obra, no está en discusión. A diferencia de lo que ocurre con los medios masivos o con las obras literarias, los anclajes en la recepción de las obras artísticas nunca fueron seguros; existe al respecto una vasta literatura sobre el tema. Los antecedentes teóricos sobre recepción de artes pueden volverse una genealogía infinita que involucre desde el concepto de aura de Walter Benjamin a la comprensión privilegiada que Friedrich Schlegel asigna al intérprete.

La primera tensión que se manifiesta en torno a los objetos de estudio que proponemos en este capítulo no tiene que ver, por tanto, con la “actividad” –indiscutida– del receptor sino por sus *condiciones*, consideradas cuando la recepción deja de ser concebida en términos individuales. La noción de “públicos” ampara las dos posibilidades: puede referirse a un

conjunto de individuos reunidos en torno a una afición común, o a un grupo que comparte un sistema valorativo y ciertos gustos modelados en relación a sus contextos sociales.

En este sentido, la recepción pensada desde las ciencias sociales normalmente se refiere a los públicos entendidos como un colectivo. Nociones tales como “tradición”, “clase”, “*habitus*” o “identidad” reinserían al receptor en una trama social, cultural, histórica o generacional en donde parecen encontrarse las claves de sus prácticas culturales, sus gustos y sus matrices de interpretación. Dado el enfoque con el que realizamos este relevamiento, “público” es definido siempre como una categoría social.

Acerca del objeto

La segunda tensión que observamos tiene que ver con el lugar que se les asigna a estas artes en la cultura. Las mismas prácticas culturales pueden ser objeto de tratamiento tanto en el campo artístico como en el campo de las culturas populares. Entre ambos abordajes hay una ligera línea divisoria; mientras unos enfatizan el análisis de las condiciones de producción y la obra, los otros se concentran especialmente en las condiciones de recepción y los públicos empíricos. Eventualmente el primer enfoque puede interesarse en el receptor modelo —que emerge de la propia concepción de la obra y sus realizadores— y el segundo por las condiciones de producción y la tradición en la que se inserta la obra, pero solo en casos excepcionales las dos miradas se complementan. Dado que esta investigación concierne a los estudios sobre públicos, hemos dejado fuera de nuestra indagación las aproximaciones centradas en la obra.

Las tensiones entre perspectivas se hacen evidentes en la disputa por la legitimidad de una producción o práctica cultural. Si bien la investigación sobre los públicos dominante en ciencias sociales se desentiende de la calificación de la obra, la cuestión de su legitimidad ingresa por una entrada lateral: se desplaza a otra dimensión (por ejemplo, política: intervenciones plásticas urbanas e impugnación social), o se asume su “ilegitimidad” dentro del campo artístico y se la estudia como tal (como en el caso de la cumbia villera y marginalidad).

La calificación de “subalterno” implica otro matiz. En este caso, la perspectiva de “culturas populares” asume implícitamente la existencia de una cultura “no popular” (¿cultura?) y abandona la discusión sobre el carácter artístico de estas producciones. Así, la concepción de la práctica artística define de alguna manera el abordaje. Todo aquello que ingresa en la determinación de “culturas populares” es objeto de las ciencias sociales, mientras que lo que se define como “arte” pasa al terreno de las disciplinas artísticas, la semiótica del arte o las humanidades, y muy pocas veces es objeto de la consideración sociológica, salvo en términos cuantitativos –cantidad de espectadores, por ejemplo, o en caracterizaciones sociodemográficas de los públicos–.

Las distintas prácticas artísticas se distribuyen de manera diferente en relación a las definiciones de “Arte” y “Cultura Popular”. Mientras que las artes plásticas se sitúan *siempre* del lado de las bellas artes (con la única excepción del graffiti), la música se encabala en ambas categorías. La plasticidad y ubicuidad de la práctica y la diversidad de su público hacen que su clasificación como arte o como cultura de masas/culturas populares se opere en virtud del género (ópera y música de cámara versus rock y cumbia, por ejemplo). En el caso de las artes plásticas y visuales, su apertura al gran público pasa por la democratización del acceso –vinculada a la desmuseificación del museo o a su exhibición en otros espacios públicos menos marcados por distinciones simbólicas–. Las investigaciones halladas sobre estas artes se refieren casi exclusivamente al espacio y su público; son minoritarias las que combinan de manera eficaz un trabajo sobre los públicos y sobre las obras.

El caso de las artes escénicas amerita una diferenciación entre teatro y danza. En el teatro se expresa ostensiblemente una segunda forma de decidir la ubicación de la práctica artística: ya no se trata principalmente del género, sino de su circulación y éxito de taquilla. Se lo considera una práctica *creativa*, asociadas al virtuosismo y la experimentación, cuando no transita por los circuitos comerciales –condescendientes con las demandas de mercado–, sino por circuitos independientes, off o under. Así, podríamos imaginar una tenue línea que separa el teatro-arte del teatro-espectáculo, siendo este último un objeto relegado, una de las artes menos atendida en términos de estudios cualitativos de recepción.

Es interesante la transformación del lugar ocupado por la danza. En parte por su imbricación cada vez mayor con el teatro, dando lugar a fu-

siones del tipo danza-teatro, en parte, porque está intrínsecamente asociada a la música, la danza se adhiere a otras artes o se desdibuja en festivales. Así, las danzas populares –por ejemplo el folclore– aparecen en eventos generales, mientras que el ballet sigue ocupando el espacio reservado para las artes, prioritariamente teatros. La democratización del acceso a las artes, en el caso de la danza implica ciertos desplazamientos, tales como la exhibición del ballet en espacios públicos y el proceso de profesionalización de danzas populares, como el tango, que comparte los escenarios de las artes “cultas” al mismo tiempo que se ofrece como espectáculo, en la lógica de lo masivo/comercial (Carozzi, 2011: 238-240).

En el caso del cine, la tensión principal se delinea entre el circuito comercial de los complejos multipantalla, dominados por las películas hollywoodenses, y el circuito del cine independiente o artístico, que tiene lugar en los festivales de cine y en las salas de cine de arte y ensayo. Ocurre aquí algo semejante a lo que se observa en el teatro: hay públicos “expertos” o “de culto” que transitan por circuitos no comerciales (ciclos especiales, salas o cineclubes, festivales independientes). La clasificación que diferencia el cine-arte del cine de entretenimiento depende de la crítica en gran medida; la marca de autor –el director, en este caso– sigue teniendo importancia. Es menos importante la diferencia que proponen los géneros, puesto que todos ellos pueden abrirse a la experimentación (como vemos que sucede con la animación o el spaghetti-western).

Estas observaciones tienen consecuencias a la hora de emprender una investigación: cada disciplina expresa cierta tendencia a privilegiar un aspecto de la cuestión. También así se entiende la relevancia que cobran los lugares de presentación o puesta en escena, dado que determinan en gran medida el tipo de público y el tipo de fruición: museos, salas teatrales comerciales o circuitos independientes y alternativos, cines, videoclubes –o proyección doméstica–, festivales, espacios públicos, algo dicen que habla no solo del público, sino de la obra misma e incluso, de su calificación dentro o fuera del sistema del arte. Siguiendo este mismo argumento, cuando estas prácticas son parte de la programación de los medios masivos, quedan referidas al medio mismo y no son ya objeto de este capítulo.

Frente a este panorama, hemos optado por organizar este relevamiento en torno a las distintas prácticas artísticas, asumiendo que cada una tiene características particulares y propone distintas formas de recep-

ción. En esta delimitación, tomamos como fuente el sistema de estadísticas de la UNESCO, con algunas variaciones y asociaciones que emergieron a partir de la consideración del material revisado. Identificamos: 1) Museos, artes plásticas y visuales; 2) Cine; 3) Danza y festivales; 4) Teatro; 5) Música y baile.¹ Aquí es necesaria una consideración más: “danza y festivales” no se refiere estrictamente a las danzas escénicas, es decir, aquellas que están montadas de manera tal que no se habilite la participación externa pues, como veremos en el caso de los festivales o danzas callejeras, en muchos casos los públicos no son meros espectadores.² Por esa razón la hemos desagregado de la clasificación de “artes escénicas”; no obstante, en este segmento ponemos el énfasis en la danza misma y no en el baile que aparece en la categoría 5. La definición de “danza” se diferencia del “baile” por el acento puesto en la coreografía, mientras que el segundo tiene como dato crucial la música y tanto puede referirse a un espacio específico preparado para bailar –donde la música aparece como complemento necesario– como las prácticas que se realizan a partir de una escena en la que la ejecución musical en vivo y el baile mismo están en un plano de igualdad –el baile de cuarteto, por ejemplo, que es al mismo tiempo “baile” y “recital”.

El relevamiento abarca la producción científica argentina del período 2000–2012. Sin embargo, los grupos de investigación de mayor tradición se conformaron unos diez años antes; por lo tanto, hemos hecho referencia a algunos aportes previos que, creemos, ayudan a entender la configuración de la investigación reciente. Los estudios que llamamos “pioneros” y la investigación actual, quedan divididos por la línea secante del período de la dictadura militar. Aunque hay algo de investigación en el período, las condiciones de censura y las matrices de pensamiento impuestas estable-

¹ El Marco de Estadísticas Culturales de la Unesco establece 10 categorías: 1) Patrimonio cultural; 2) Materiales impresos y literatura; 3) Música; 4) Artes escénicas; 5) Artes plásticas y visuales; 6) Cine; 7) Radio y televisión; 8) Actividades socioculturales; 9) Juegos y deportes; 10) Naturaleza y medio ambiente. En este volumen, abordamos desde la segunda a la séptima e incluimos el uso de tecnologías que no está contemplado por la UNESCO. En este capítulo en particular, nos abocamos a las categorías 3, 4, 5 y 6, con algunas especificaciones relativas a los estudios existentes en la Argentina.

² Seguimos aquí la clasificación de Kaeppler, que distingue danzas escénicas de danzas participativas (Kaeppler, 1978 en Carozzi, 2011: 14).

cen discontinuidades y silencios que no pueden soslayarse; es por eso que preferimos evitar el análisis de la producción del período, ya que cualquier conclusión estaría sesgada por las condiciones para la producción del conocimiento y la expresión artística impuestas por un gobierno dictatorial.

Antecedentes teóricos generales

Entre los antecedentes teóricos que podrían ser marcos de la investigación sobre públicos de artes, identificamos estas cuatro grandes perspectivas generales:

Marxista. Se trata de una perspectiva que encuentra en Arnold Hauser uno de sus principales referentes. Sus libros *Historia social de la literatura y el arte* (1969 [1951]); *Teorías del arte* (1982 [1958]) y *Sociología del arte* (1975) son claves en la conformación de la sociología del arte moderna como un subcampo especial. La explicación materialista del arte –sumamente cuestionada– llevó a la ruptura con las interpretaciones idealizadas y permitió establecer las relaciones entre el acto creativo y sus contextos de emergencia y de circulación. Esta sobredeterminación del arte por lo social y la escasa consideración de la obra fueron objeto de numerosas críticas, entre ellas la de Ernst Gombrich.

Sociología histórica comparativa. La aproximación de Pierre Francastel, centrada en la obra *Pintura y sociedad* (1960 [1951]), enfatiza el carácter específico del lenguaje artístico. Tomando como punto de partida la obra de arte, se propone caracterizar su época y su contexto de creación, integrando de esa manera la consideración de las dimensiones políticas y sociales y prestando especial atención a las variaciones del arte a lo largo del tiempo. Sus estudios, a veces criticados por excesivamente formalistas, se valen de las nociones que aporta la semiología estructuralista.

Hermenéutica. La sistematización más importante en cuanto al tratamiento de la recepción artística es la de Hans-Georg Gadamer en *Verdad y método* (1977 [1960]). Retomando las teorías algo psicologistas de Schleiermacher, Gadamer propone la relación de la obra como parte de una tradición, con su propio contexto y su propia historia, interrogada desde el presente por el receptor. Así, toda obra encuentra distintos sentidos en las distintas fusiones horizontales (el horizonte de sentido de la

obra misma y el del presente del intérprete). Aunque la comprensión de sentido es *epocal*, histórica; la obra (y no su autor) es una de las voces en un diálogo, por eso, la comprensión estética que resulta de una experiencia estética en presente informada por la tradición, produce una síntesis interpretativa. La crítica que Terry Eagleton (1998) lanza contra la hermenéutica alude a su conservadurismo: desde esta perspectiva, la fuerza atribuida a la tradición opaca toda valoración de las vanguardias.

Bourdeana. Esta perspectiva fundada por los trabajos de Pierre Bourdieu y Alain Darbel en *El amor al arte. Los museos europeos y su público* (1966),³ luego continuada por Bourdieu en numerosos trabajos de los cuales los más célebres son *La Distinction* (1979) y *Les règles de l'art* (1992). Esta tradición investigativa ha tenido gran impacto en la sociología de la cultura y en la antropología social, y es actualmente el paradigma dominante. Las tesis centrales de Bourdieu sobre el arte y las prácticas de recepción sostienen que la competencia artística depende de la familiaridad con los códigos del arte, es decir, con el conocimiento de la historia, los géneros y los estilos artísticos; estas competencias son capitales culturales adquiridos por la instrucción escolar y por la socialización familiar en los sectores cultivados. Algunos conceptos clave de la obra bourdeana se insertan en las investigaciones actuales de los públicos de arte: distinción, *habitus*, campo artístico, capital cultural y simbólico, ortodoxia y heterodoxia, entre otros.

Estudios culturales. Esta corriente ofrece una relectura de las matrices de interpretación, las prácticas culturales y los sistemas axiológicos que, siguiendo una concepción gramsciana, se relacionan con las clases sociales como portadoras de una cultura definida por su subalternidad en relación a la cultura dominante en términos de legitimidad y circulación. Estas

³ Allí investigaron la composición social, profesional y educativa del público de 21 museos europeos, analizando las variaciones en sus prácticas y gustos artísticos. La tesis central que defienden es que el gusto artístico no es innato sino fruto de la instrucción escolar. El acceso al arte es privilegio de la "clase culta", pero esta restricción no se basa en barreras materiales sino simbólicas que se manifiestan en la distribución desigual de la aspiración cultural, de las competencias artísticas y de la preparación actitudinal. De esta manera, la exclusión de buena parte del público con respecto a la apropiación del arte se ve legitimada como auto-exclusión. De dicha obra proviene la distinción entre "placer estético", "buena voluntad cultural" y "obligación", como posibles experiencias de los visitantes de museo.

culturas no son imitativas sino que expresan capacidad de creación, de negociación e incluso de impugnación (Hall, 1980). En este sentido, se reivindica la agencia del espectador/consumidor de cultura para producir sentido e interpretar los mensajes. Para los Estudios Culturales, la recepción artística es una práctica sociocultural, imbricada en relaciones de poder, que debe ser leída en su contexto político, social y económico. En cuanto a los estudios sobre consumo y recepción de artes, uno de los textos más originales, precursor de una línea de investigación, ha sido *The Sociology of Rock*, de Simon Frith, 1978.

Investigaciones en la Argentina, 2000-2012

Estudios de público de museos y artes plásticas

El área de la investigación del público de las artes plásticas en general y de los museos en particular cuenta con extensos y relevantes antecedentes a nivel internacional. Distinguimos las investigaciones sociales cualitativas sobre el público de museos y de arte, que en términos generales se han pensado como trabajos sobre el consumo cultural, de los llamados “estudios de público” o “*visitors studies*” que son en general indagaciones puntuales sobre una exposición o una institución, de orientación más bien cuantitativista.⁴ En este apartado, nos concentraremos en el primer tipo de investigaciones, si bien señalaremos también el desarrollo en la Argentina de algunas del segundo tipo. Existen además una serie de trabajos que analizan a los museos en su rol educativo, que no se incluyen en este relevamiento.⁵

En cuanto a la tradición sociológica y antropológica de investigaciones del público de museos, nos concentraremos en tres trabajos que han sido claves para configurar el área, teniendo en cuenta especialmente

⁴ Según Graciela Schmilchuk, “Las preguntas más usuales que se formulan han sido quiénes son los visitantes, cuáles regresan y cuáles no (frecuentación); cuál es la imagen del museo o de una exposición especial en algunos sectores sociales; cuál ha sido el éxito de la exposición en términos cuantitativos y cualitativos; qué y cuánto aprende la gente, o cuáles son los mensajes que se han logrado comunicar y por qué” (1996: 36).

⁵ Puede consultarse al respecto el trabajo de Florencia Puebla Antequera (2012).

aquellos que tuvieron ecos y continuaciones en la Argentina. Por ello, nos referiremos brevemente a las investigaciones de Eliseo Verón y Martine Levasseur (1983) y de Néstor García Canclini (1987). Luego, describiremos los trabajos realizados en la Argentina sobre el público de museos y las artes plásticas, para finalmente señalar algunos rasgos característicos, en términos teóricos y metodológicos, del estado del arte en este subcampo.

El estudio fundacional de Bourdieu y Darbel *El amor al arte. Los museos europeos y su público*, de 1966, que mencionamos al comienzo, se convirtió pronto en una referencia obligada para los siguientes estudios de público de museos realizados desde las ciencias sociales. En diálogo con dicha obra, pero distanciándose de ella en aspectos muy relevantes, se produjo un hito para los estudios de público de museos. Nos referimos al trabajo que coordinó Eliseo Verón a comienzos de la década de 1980 en Francia,⁶ empleando una metodología que, a diferencia del trabajo de Bourdieu y Darbel, combinaba la semiótica y la etnografía para observar con detalle el comportamiento del público en relación con el recorrido propuesto por una exposición realizada en París. En esa ocasión, hicieron un análisis semiótico de la propuesta de la exposición, luego una observación etnográfica de los visitantes (atendiendo a los recorridos, secuencias, duración, omisiones, comentarios, gestos) y finalmente entrevistas con una muestra pequeña de asistentes de acuerdo a perfiles detectados durante la observación. Los principales hallazgos se publicaron en un libro que se tornaría clásico para los estudios de público (Verón y Levasseur, 1983). Los autores trabajaron con la idea de que “el comportamiento de la visita expresa el desfase entre la producción y el reconocimiento, que debe ser considerado como una negociación entre el discurso propuesto y las estrategias de apropiación del sujeto” (1983: 40). Asimismo, se propuso una tipología de los visitantes del museo, basaba en los comportamientos

⁶ Este trabajo surgió de una investigación empírica realizada en la exposición de fotografías “Vacances en France” organizada por el Centre Georges Pompidou, en la cual se observó el comportamiento de los visitantes, sus comentarios durante la experiencia, los recorridos y desplazamientos por el espacio expositivo y la distancia guardada con los objetos; se desarrollaron también entrevistas en profundidad con algunos de los visitantes. Los resultados de esta investigación fueron publicados en un libro (Verón y Levasseur, 1983).

del público y en sus capitales culturales, según la cual habría “hormigas”, “mariposas”, “peces”, y “langostas”.⁷

De manera simultánea, se desarrollaba en México el primer estudio importante sobre el público de museos de América Latina. Un equipo coordinado por Néstor García Canclini realizaba a comienzos de la década de 1980 una investigación que se inspiraba en la teoría de Bourdieu para estudiar al público de museos en perspectiva sociológica. La publicación de *El público como propuesta. Cuatro estudios sociológicos en museos de arte* confirmaba algunos de los postulados bourdieanos acerca de la forma en que las estructuras e instituciones sociales moldean los gustos, hábitos y creencias culturales de los públicos. Sin embargo, se pusieron también de relieve las especificidades del público de museos en México, llamando la atención sobre una relativamente mayor apertura de los sectores populares frente a las innovaciones.⁸ Los autores mostraban el predominio de procesos de recepción ritualizada de símbolos y nombres, en detrimento de la apropiación del arte.

En el ámbito de los “*visitors studies*”, a nivel internacional, hubo un gran desarrollo y un giro en la orientación teórica a partir de fines del siglo XX. Este viraje fue correlativo a un cambio en las teorías museológicas, con la aparición de la Nueva Museología y la Museología Crítica. Ello supuso un cambio en los diseños institucionales y en la forma de pensar al visitante, al cual se pasó a concebir como sujeto activo que interpreta el recorrido a partir de sus propios repertorios culturales. La proliferación de los estudios de público, a nivel internacional y local, estuvo impulsada entre otros factores por la demanda de distintas instituciones que encargan estos trabajos con el objetivo de evaluarse y/o ajustar sus políticas culturales (Schmilchuk, 1996).

⁷ Este trabajo se difundió años después en la Argentina, en particular a partir de 1997, año en el que Verón dictó el seminario “Los espacios públicos de consumo cultural como medios de comunicación”, durante un ciclo de conferencias organizado por la Universidad de Buenos Aires.

⁸ Contra lo que señalaban Bourdieu y Darbel para el público europeo, ya que según su perspectiva quienes menos dominan los códigos artísticos –las clases populares– son a su vez menos capaces de interpretar y por consiguiente de aceptar propuestas de vanguardia que rompen con dichos códigos.

En la Argentina, el trabajo pionero en el área fue dirigido por Regina Gibaja y publicado como libro en 1964 por Eudeba, con el título *El público de arte*. El trabajo había sido encargado por el Instituto Torcuato di Tella al recientemente creado Instituto de Sociología de la Universidad de Buenos Aires, donde Gino Germani era la figura central. La investigación consistió en una encuesta aplicada a los visitantes de una exposición de arte, con una muestra sistemática al azar y utilizando un cuestionario que indagaba diversos aspectos sociodemográficos, educativos y profesionales, así como las actitudes y valoraciones de la cultura, el arte y los medios masivos de comunicación.

El desarrollo de los estudios de público de museos en la Argentina en general se basó en metodologías cuantitativas, casi siempre a partir de encuestas a los visitantes, siguiendo la línea marcada por el trabajo de Regina Gibaja, aunque en general sin su alcance y ambición teórica. Sin embargo, a partir de fines de la década de 1990 aparecieron algunas iniciativas novedosas que incorporaban nuevas perspectivas teóricas y metodológicas. En algunos espacios, se crearon observatorios y talleres permanentes destinados a monitorear el vínculo del museo con su público. Destacamos aquí dos núcleos importantes en este sentido: los trabajos en el Museo de Arte Popular José Hernández, en Buenos Aires y el Laboratorio de Estudios de Público del Museo de Antropología y la Universidad Nacional de Córdoba.

Los trabajos en el Museo Hernández fueron iniciados por Ana María Cousillas, quien creó un taller de estudios de público en dicho museo y desarrolló diversas investigaciones incorporando a la semiótica como herramienta de trabajo. Su trabajo se basó en entrevistas cualitativas y observaciones de los visitantes del museo; sus análisis ponen en relación la producción discursiva de los visitantes con los textos y las propuestas visuales de los museos. La autora afirma que el visitante tiene competencias semióticas aprendidas socialmente, mediante las cuales en cada visita construye una estrategia de recorrido, evoca sus experiencias pasadas y reacciona de distintas maneras (se identifica, se siente ajeno, se sorprende, ignora o rechaza) ante la propuesta del despliegue expositivo (Cousillas, 1997, 2001, 2003). La autora también coordinó una investigación que se basó en entrevistas a personas de clase media en la ciudad de Buenos Aires, consultadas acerca de sus hábitos de consumos culturales y sobre el lugar que

ocupa el museo entre ellos. En este trabajo, se relevaron una serie de resistencias por parte del público potencial hacia los museos, considerados como espacios anticuados, aburridos y estáticos (Cousillas y otros, 1998). Otros trabajos realizados en el marco de este equipo son los de Mirta Bialogorski y Paola Fritz (Bialogorski y Fritz, 2011; Fritz y Bialogorski, 2012), también desde una perspectiva semiótica y antropológica que privilegia el análisis de las interpretaciones del patrimonio cultural.

El segundo núcleo de estudios sobre públicos se creó en la provincia de Córdoba a partir de un proyecto de investigación que comenzó en 1998 coordinado localmente por Mirta Bonnin Picart. Luego se instituyó un Laboratorio de Estudios de Público, radicado en el Museo de Antropología y con participación de la Universidad Nacional de Córdoba y de la Universidad Nacional de Río Cuarto, con financiamiento de la Agencia Española de Cooperación y Desarrollo (AECID). Dicho Laboratorio ha producido información descriptiva sobre los visitantes del museo, elaborando un registro sistemático de visitantes en 16 museos dependientes de la Universidad Nacional de Córdoba.

Más allá de la producción de dichos equipos de trabajo, encontramos algunos aportes de estudios de caso en distintos museos y sitios arqueológicos. La tesis de Puebla Antequera (2012) sobre el público del Museo del Área Fundacional de Mendoza resulta interesante e innovadora por su complejo dispositivo metodológico, en el que combina el análisis del guión del museo con encuestas, observaciones, entrevistas, mapas de significado personal y análisis del libro de visitas. En su trabajo, reconstruye la experiencia de los visitantes del museo, los caracteriza, elabora una tipología de patrones de recorrido e indaga en las interpretaciones que hace el público sobre la propuesta museística. Para ello Puebla se encarga de historizar los diversos enfoques que se han desarrollado en torno a los estudios de públicos en el campo de la museología.

Otros estudios se han dedicado a la relación del museo con la comunidad y la función política del museo como institución, reflexionando sobre las construcciones identitarias que promueve. En esta dirección, se destacan los trabajos de Rubens Bayardo (2001, 2004, 2007), en los cuales problematiza la actividad museística desde la perspectiva más amplia de las políticas culturales. También es relevante el aporte de María Eugenia Conforti (2012), que analiza la relación entre un museo y la

comunidad,⁹ mostrando que el museo trabaja principalmente con un público “cautivo”.

Por último, podemos señalar un núcleo de estudios que, tangencialmente, abordan la cuestión del consumo artístico en relación al coleccionismo de arte. En estas investigaciones convergen disciplinas como la Historia del Arte, la Sociología y la Antropología, con cruces e intercambios de herramientas conceptuales y metodológicas. El trabajo de Marisa Baldasarre, titulado *Los dueños del arte* (2006), resulta un hito fundamental. La autora estudia el coleccionismo en el período de formación del mercado artístico en Buenos Aires, en una reconstrucción histórica muy cuidadosa y teóricamente inspirada en conceptos de Pierre Bourdieu y Walter Benjamin. Su trabajo indaga las concepciones sobre el arte de los primeros coleccionistas, los criterios que rigieron la formación de sus colecciones y las maneras en las que previeron el pasaje de las mismas al dominio público a través de la institución del museo. Más recientemente Baldasarre y Silvia Dolinko han editado *Travesías de la imagen* (2011), un libro que reúne valiosos aportes sobre coleccionismo y consumo de artes visuales en diferentes provincias de la Argentina. Desde la sociología del arte, Mariana Cerviño (2007, 2011) ha estudiado los nuevos coleccionismos contemporáneos.¹⁰ Talía Bermejo en *El precio de la belleza* indaga el coleccionismo de arte entre 1920 y 1960 en la Argentina, deslindando los cambios en el significado de la compra de un objeto de arte, de acto estético a gesta patriótica y más recientemente a inversión financiera (Bermejo, 2014). La autora ha trabajado también sobre los coleccionistas de vanguardia destacando la multiplicación de roles que se combinaron en algunos personajes que fueron al mismo tiempo coleccionistas, artistas, gestores y empresarios, que generaron un tipo de consumo alternativo que rompía con los parámetros establecidos. Por su parte, Isabel

⁹ Se trata de la comunidad de Tres Arroyos en relación con el sitio arqueológico alejado conocido como “Arroyo Seco 2” y con el Museo Municipal José A. Mulazzi.

¹⁰ La autora propone distinguir dos tipos de actores, por un lado un grupo reducido con más larga trayectoria y con participación institucional; por otro lado, los nuevos coleccionistas, provenientes de sectores medios altos, profesionales liberales, con menor capital económico, que se concentran en comprar obras de artistas argentinos jóvenes. Este fenómeno obedece tanto a estrategias de distinción –a través de un consumo sofisticado– como a estrategias de inversión. Los nuevos coleccionistas constituyen la principal demanda real en la comercialización del arte argentino contemporáneo.

Plante (2013) ha rastreado la circulación de la obra de ciertos artistas latinoamericanos y argentinos por Europa.

En un balance sobre el estado de la cuestión, se observa que hubo múltiples iniciativas paralelas de investigaciones sobre el consumo de artes plásticas y sobre el público de museos que no han logrado continuidad, lo cual ya había sido señalado por balances previos como los de Bayardo y Wortman (2012) y Schmilchuk (2012), que lo atribuyen a la debilidad de los Estados y las políticas culturales en América Latina. En particular, los estudios de público de museos rara vez han abarcado a más de una institución y en general se han concentrado en describir los rasgos sociodemográficos de los visitantes. Aun así, estos trabajos hacen aportes relevantes y han contribuido a mostrar, entre otras cuestiones, que existe un desfase entre la propuesta de la institución (y/o los curadores), por un lado, y la interpretación efectiva que producen los visitantes. Los aprendizajes en el museo no son los que la institución pretende ofrecer, sino que corresponden a un currículum oculto (cómo recorrer una institución cultural, cómo comportarse, etcétera).

En cuanto a las orientaciones disciplinares y teóricas, se observa el predominio de trabajos que se basan en la sociología de la cultura y la antropología cultural, con la novedad de la incursión –más bien reciente– de la historia del arte en el área del consumo cultural. En efecto, los aportes de la historia del arte y de la sociología del arte, que se han ocupado indirectamente de la conformación de públicos de arte a partir de las nociones de circulación, coleccionismos y cultura visual, son originales en este sentido. De esta manera, Baldasarre, Bermejo, Dolinko y Cerviño han generado una serie de productivas investigaciones acerca de los orígenes, el devenir y la actualidad del mundo del arte en la Argentina en relación con los mercados internacionales. Estos trabajos contribuyen a develar ese mundo aurático mostrando la carnadura de sus actores, las estrategias sociales e institucionales y los procesos históricos que permiten comprender mejor su funcionamiento. Se deja de lado la perspectiva exclusivamente centrada en el “visitante de museo” para plantear la conformación histórica de los acervos museísticos, la cultura visual y de la red de instituciones y relaciones sociales e históricas.

Es notoria la convergencia teórica de las investigaciones, desde las distintas disciplinas, en torno a la obra de Pierre Bourdieu. La teoría de los

campos, los conceptos de *habitus* y distinción, la mediación social de los gustos artísticos, forman parte del repertorio que articula los estudios aquí relevados. La sociología cultural de Bourdieu parece haberse convertido en el paradigma dominante, sin embargo sus metodologías –ambiciosas y costosas– no han sido replicadas prácticamente en ningún caso.

Estudios sobre públicos y consumo de cine

El consumo de cine es una de las prácticas culturales que más se ha transformado en las últimas décadas, de la mano de los cambios tecnológicos y de las reacciones empresariales que intentan conservar sus ganancias. Haciendo un breve recorrido, podemos verificar que el consumo ha cambiado drásticamente sus modalidades, pasando de las salas tradicionales de cine al consumo hogareño de cine a través de la televisión, el video y el DVD; el relanzamiento de las salas a través de los complejos multipantalla primero y del cine 3D después, para finalmente pasar al reinado del *streaming* legal con Netflix. Otra razón por la que resultan fundamentales los estudios de recepción cinematográfica tiene que ver con la importancia de comprender el vínculo de los espectadores con el cine nacional, puesto que ello hace a la supervivencia de la industria a través de la recaudación. A pesar de su importancia, la recepción de cine ha sido relativamente poco transitada por los estudios académicos. En los últimos años, sin embargo, el interés parece estar resurgiendo.

En cuanto a los antecedentes y estudios pioneros sobre el tema, en contraste con lo descripto para los estudios de público de museos, no hay grandes referencias internacionales que aparezcan como inspiradores para la investigación local; tampoco hay estudios tempranos hechos en la Argentina durante las décadas de 1960 y 1970, sobre los cuales construir una mirada diacrónica que permita conocer la evolución histórica del consumo de cine. El primer estudio relevante basado en encuestas que incluye datos sobre asistencia al cine, junto con otros consumos culturales, es el realizado por Landi, Vacchieri y Quevedo (1990) en la Ciudad de Buenos Aires y el Área Metropolitana. Este trabajo fue financiado por el International Development Research Center (IDRC, Canadá) y se inscribió en el Grupo de Trabajo de “Políticas Culturales” de CLACSO, en el cual ten-

dría un gran peso la perspectiva de Néstor García Canclini sobre el consumo cultural.¹¹ Este trabajo consistió en una encuesta de consumos y prácticas culturales, en la que se preguntaba –entre otras cosas– si se veían películas por televisión (casi el 40% afirmó hacerlo) y si les gustaba ver dichas películas (solo el 11,9%). Según los autores “la gente sobre todo ve televisión, luego elige” (Landi, Vacchieri y Quevedo, 1990: 17). También se le preguntó a los encuestados qué programas eliminarían si pudieran definir la programación de la televisión, encontrando significativamente que lo que menos eliminarían es el cine (solo el 1,2%). Los autores diagnostican una gran expansión comunicacional y señalan la necesidad de que la escuela emprenda la tarea de la alfabetización audiovisual.

Este tipo de investigación, que constituye un aporte muy significativo, no se reiteró en los años siguientes, conformándose entonces como una medición puntual y restringida a un espacio geográfico acotado. Ello cambió a partir de 2004 con la creación del Sistema de Información Nacional Cultural de la Argentina (SINCA) que hace encuestas periódicas sobre hábitos, consumos y prácticas culturales; el mismo Alberto Quevedo, que había participado del estudio pionero en 1990, impulsó este proyecto. La experiencia fue muy positiva y se produjeron cuatro estudios consecutivos hasta 2008. Otros estudios interesantes, también por encuestas, que incluyen datos de consumo de cine entre otros consumos culturales, fueron producidos por encargo del Ministerio de Educación de la Nación en 2005 y 2011, a través de una consultora, indagando acerca de los consumos culturales de los jóvenes en todo el país.¹² Actualmente, sigue habiendo producción de estadísticas sobre consumos cinematográficos,¹³ pero no en el marco de trabajos de investigación más amplios y comprensivos como fue la experiencia de SINCA.

¹¹ Se impulsaron investigaciones sobre consumo cultural en las capitales de Brasil, Chile, Colombia y México.

¹² Las bases de datos de estas encuestas están disponibles para su uso. Con respecto al consumo de cine, incluyen preguntas acerca de la frecuencia y modalidad de consumo de cine en salas y en el hogar; formas en las que se selecciona la película, géneros preferidos.

¹³ El Instituto Nacional de Cine y Audiovisual Argentino (INCAA) produce anuarios estadísticos y el Sindicato de la Industria Cinematográfica edita DEISICA con información completa sobre el sector.

La investigación del consumo de cine con la metodología de la encuesta fue retomada en 2010 por un equipo de investigación que se formó en la Universidad Nacional de General Sarmiento, con financiamiento de la Agencia Nacional para la Promoción de la Ciencia y la Tecnología (ANPCyT). Este equipo se ha dedicado de manera sistemática a indagar la industria cinematográfica argentina en todas sus dimensiones, incluyendo de manera central al consumo y a los espectadores. Para indagar el consumo, se hizo una encuesta a nivel nacional, a estudiantes universitarios de distintas provincias, con un total de dos mil casos. Aída Quintar y César Borello (2011) parten de un concepto de “consumo de cine” como actividad económica y cultural moldeada por el capital cultural del hogar, el entorno urbano y la disponibilidad de tecnologías. Siguiendo sus hipótesis, se analizan los patrones de consumo en función de dichas dimensiones y se encuentran correlaciones significativas. A su vez, consideran las nuevas modalidades de consumo audiovisual a partir del impacto de las nuevas tecnologías en la digitalización del cine. Los trabajos de Leandro González, del mismo equipo, agregan el concepto de “gusto” a la indagación. No se pregunta solo cuánto consumen de cine los estudiantes, sino qué les gusta del cine a los estudiantes encuestados, y por qué eligen lo que eligen,¹⁴ pues su interés se centra en la recepción del cine argentino en particular. En este conjunto de trabajos, es muy interesante la conjunción de la perspectiva de la economía política, que permite indagar las condiciones que estructuran la oferta, con la sociología de la cultura que orienta el trabajo sobre los espectadores y sus prácticas.

En cuanto a la recepción cinematográfica en distintas etapas de la historia del siglo XX, hay una serie de trabajos que, en su gran mayoría acuden a la prensa periódica y a las publicaciones especializadas del sector (revistas de cine) en tanto fuentes indirectas para acceder a la cuestión de los espectadores, lo cual es especialmente productivo –y quizá la única vía– al trabajar con períodos históricos. Un artículo de Sergio Pujol (1989) estudia la recepción del cine mudo en Buenos Aires a partir de la prensa;

¹⁴ El autor trabajó sobre las respuestas a una pregunta abierta incluida en la encuesta, en la que se pedía explicar por qué prefieren ciertas películas previamente mencionadas por ellos mismos.

la tesis de Sergio Wolf (1996) analiza la construcción de los públicos cinematográficos en la década de 1920 a través del periodismo cinematográfico; un trabajo de Juan Samaja (2006) reconstruye la recepción del cine sonoro en la Argentina a través de las noticias de prensa entre 1929 y 1933. La investigación de María Silvia Serra (2011) se concentró en las relaciones entre cine, escuela y discursos pedagógicos a partir de las revistas educativas de comienzos de siglo. Un estudio de Joaquín Calvagno (2010) analiza las relaciones entre cine sonoro y clases trabajadoras a partir de la sección cinematográfica del semanario de la Central General de Trabajadores. El trabajo más interesante y completo desde el punto de vista teórico y metodológico es quizás el de Mariana Conde (2009), quien se ha dedicado a reconstruir los procesos sociales de la recepción cinematográfica entre 1933 y 1955, haciendo especial foco en las prácticas femeninas y en lo que califica como la “conversión de las mujeres en públicos”. Esta investigación combina diferentes metodologías para comprender la recepción en un período para el cual se carece de registros sistemáticos: se recurre entonces a estimar la accesibilidad de las entradas de cine para distintos sectores sociales, contrastando salarios medios y precio del billete; se reconstruye el parque de salas de cine existente, sus ubicaciones y tipologías; se recogen testimonios orales a través de entrevistas de mujeres mayores, que fueron jóvenes en el período estudiado y se indaga también en las propias obras cinematográficas, cuáles eran los estereotipos femeninos que transmitían.

La década de 1980 fue clave para el sector cinematográfico, por el crecimiento de la televisión por cable y la introducción de la tecnología del video para ver cine en el hogar, que produjeron una crisis en el parque exhibidor y cambiaron radicalmente las maneras de consumir cine. Un solitario trabajo de Alicia Vidal (1990) se ocupa de reconstruir el ingreso de las videocaseteras a los hogares y el auge de los videoclubes en dicho período; la autora analiza la práctica de ver videos en el hogar y la opinión de los consumidores. En la misma línea, Finkelievich, Vidal y Karol (1992) indagan el proceso de difusión de la tecnología del video en los hogares, estudiando además los patrones de consumo en función de categorías sociológicas. Sobre dicho proceso, un ensayo de Schmucler y Terrero (1992) señala la introducción del video generó un proceso de privatización del consumo cultural, un retorno al espacio íntimo del hogar, para un consumo que había sido público y colectivo. Luego, un tra-

bajo de Patricia Terrero (1999) reúne datos diversos acerca de concurrencia al cine, penetración de la videocasetera, alquileres en videoclubes, para diversas ciudades en el interior de la Argentina.

La década de 1990 estará marcada por un cierto relanzamiento de las salas de cine, a partir de su nueva localización en los *shopping centers* y de la aparición de los primeros complejos multipantalla, con salas más pequeñas y nuevas tecnologías que prometían mejorar la experiencia del visionado. Desde la sociología de la cultura y los Estudios Culturales, las investigaciones de Ana Wortman (2000, 2002, 2008) se han centrado en estas transformaciones, siguiendo la evolución sociohistórica del consumo de cine en relación con las clases medias y la democratización o elitización de la cultura. Su trabajo muestra la disminución del público de cine en la Argentina desde 1970 hasta mediados de la década de 1990 y el posterior repunte del número de espectadores vinculado con la aparición de los complejos multipantalla y las salas de cine en los shoppings. Estos procesos fueron correlativos con una creciente elitización del consumo de cine, en el marco de un proceso de aumento de la desigualdad social de la mano del neoliberalismo. Según Wortman, el cine es cada vez más un consumo de clase media-alta, que se realiza en el shopping o en la intimidad del hogar (espacios socialmente homogéneos) y corresponde a un gusto único, por el predominio del consumo de películas de Hollywood. Los suplementos de espectáculos también se han utilizado para reconstruir la circulación de ciertas películas por las salas comerciales, su duración en pantalla y las estrategias de estreno, mostrando las dificultades que podría tener un espectador que quisiera ver cine no hegemónico (Moguillansky, 2011, 2008). La tesis de la elitización del consumo de cine también ha sido trabajada por Artemio Abba (2003), en una investigación que utiliza la geografía urbana para mostrar cómo ha cambiado la localización de las salas de cine, privilegiando los barrios de clase media-alta en la ciudad de Buenos Aires. Varios autores han desarrollado esta perspectiva con datos sociodemográficos acerca de los espectadores y la evolución de las salas de cine (Getino, 2009; Moguillansky, 2007). Al respecto, los trabajos de Emiliano Torterola (2009) muestran que, si bien el consumo de cine en salas se elitizó, también es cierto que se ha ampliado su consumo por la vía del acceso a la televisión por cable.

Los últimos años han estado signados por la digitalización de la exhibición cinematográfica en salas, por el auge de la tecnología 3D y a su vez,

por la difusión cada vez mayor de opciones que proponen ver cine en la casa, en televisores inteligentes de gran tamaño que permiten ver películas por *streaming*. A ello se suma la posibilidad de ver cine en las tabletas y los celulares, expandiendo los soportes y ampliando los formatos. Al respecto, Roque González (2011, 2013) ha publicado diversas investigaciones que se centran en el creciente predominio de la tecnología digital y en las nuevas formas de consumo de cine por Internet. Eduardo Russo (2012) se pregunta si ahora sí triunfará el cine tridimensional, lo coloca en perspectiva histórica y muestra la novedad de la situación actual, en la que la tecnología 3D se integra a la concepción del film y de su circulación y/o explotación en diversas plataformas y mercados auxiliares; también señala que los usuarios de YouTube pueden producir sus propios videos tridimensionales. Algunos autores reflexionan sobre estos cambios, preguntándose si estamos viviendo el fin del cine (por el declive de la tecnología analógica) o su expansión y mutación radical (Laferla, 2013). Las transformaciones de la recepción y de la crítica con la aparición de las redes sociales¹⁵ han sido señaladas por Wortman (2009).

Existen investigaciones específicas sobre ciertos géneros y sus públicos. Así, la investigación de María Cecilia Díaz (2011) sobre los fans del anime en Córdoba es un buen ejemplo de las muchas investigaciones que existen sobre los micro-universos pre-juveniles. Díaz describe minuciosamente las prácticas de los aficionados, que son mucho más amplias que el mero disfrute de una proyección, y que involucran clubes de juego, competencias, coleccionismo y fiestas a las que se concurre caracterizado como alguno de los personajes de preferencia (*cosplay*). También la apropiación es un elemento central de estas prácticas: los aficionados crean o recrean sus propias historietas o cortos animados y los ponen en circulación en la web. Díaz utiliza una aproximación etnográfica a distintos grupos de aficionados en Córdoba, que le permite entender los vínculos que los miembros de una determinada comunidad establecen.

15 “El tradicional boca a boca, de nuestros grupos de amigos más próximos se actualiza, se amplifica en las redes sociales y quizá con estas redes pesa más lo que se dice en ellas acerca de una película o un conjunto musical que lo que diga la prensa gráfica a través de su sección de Espectáculos. Aparece como una nueva forma de la crítica que tamizaba un hecho cultural” (Wortman, 2009: 107).

El cine de animación también es ocasión para que Mónica Kirchheimer reflexione sobre la emergencia de un nuevo tipo de público: el *kidult* o *adultescente*. El cambio detectado tiene su centro en una modificación de la destinación de las películas animadas; ya no son solo infantiles. Los rasgos diferenciales de este conjunto de películas implican la infantilización de lo adulto (especialmente por el espacio dedicado a actividades lúdicas, la colección de memorabilia, los homenajes) y la adultización de los niños (asociado al mundo de la indumentaria y las actitudes). La investigación presenta un espacio de circulación discursiva que se vio modificado en los últimos veinte años, y que pone en juego nuevos criterios clasificatorios.

Finalizando esta revisión, interesa señalar la importancia de algunos trabajos que no han sido el centro de nuestro interés porque no estudian directamente el consumo de cine, pero aportan a su comprensión. Nos referimos a trabajos que, desde la economía política del cine y/o de las industrias culturales, han estudiado cómo inciden la concentración de la industria cinematográfica (en particular en la distribución y la exhibición), la lógica mercantil de explotación de las películas y las políticas públicas que regulan al sector inciden con fuerza y eficacia diversas en la conformación de la oferta cinematográfica. Nos referimos centralmente a los trabajos de Getino (2006, 2008), Marino (2013), Moguillansky (2011), Perelman y Seivach (2005) y Borrello y Quintar (2012).

Teatro

Los estudios sobre teatro encuentran representación regional en Córdoba y en Formosa. En el primer caso, los resultados de una investigación liderada por Graciela Frega se publicaron en 2004 con el título *El teatro en Córdoba (1900-1930): documentación y crítica*. En esta obra, el capítulo escrito por Ana Yukelson, “Conformación, motivación y gusto del público cordobés”, está dedicado al tema del público. Siguiendo este antecedente, Paula Beaulieu actualiza la información histórica al caracterizar el consumo actual de teatro local (que en Córdoba corresponde preponderantemente al teatro independiente), a partir de una investigación que incluye tanto entrevistas con realizadores y referentes del teatro cordobés, como

una encuesta a los espectadores. La investigación en campo insume un año de trabajo, lo que le permite recorrer las variaciones estacionales, es decir que abarca tanto las temporadas de mayor como las de menor afluencia de público. La información relevada sobre el público toma en cuenta factores de caracterización del espectador (edad, sexo, nivel de educación y formación cultural), factores de caracterización del proceso de decisión de adquisición de una entrada (búsqueda y recepción de información, factores determinantes de la elección y criterios de selección de las obras), factores de caracterización del proceso de consumo (frecuencia y repetición de asistencia, valoración de las exhibiciones, nivel de satisfacción y percepción del teatro independiente). El objetivo de esta investigación es considerar todo el circuito relativo al teatro: creación, su producción, distribución y comercialización; describir el contexto de la oferta en la que se produce la elección de una obra y la asistencia al teatro y caracterizar al público del teatro en Córdoba. Con una base teórica derivada de los estudios de televisión, este trabajo intenta superar las limitaciones de las metodologías que se centran sobre el consumo para ofrecer una lectura más amplia que sirva a la toma de decisiones en políticas culturales. Los resultados de la investigación señalan que el teatro independiente en Córdoba prácticamente no incorpora público nuevo, solo un 3% que no compensa el decrecimiento constante. Por un lado, “hay una correlación entre este dato y la falta de planificación y de asignación presupuestaria de las producciones teatrales para la difusión y comunicación de las funciones, la utilización de formas de comunicación prácticamente no mediadas como la pegatina de afiches y el boca en boca, y la poca visibilidad en los medios de comunicación que se reduce a la publicación de gacetas, la aparición en la grilla de espectáculos y la mención en algunos programas de radio FM” (Beaulieu, 2008: 131). Por otro, los creadores manifiestan que no están dispuestos a hacer concesiones con el espectador real y esperan de él que pueda realizar valoraciones apreciativas como si fuera el espectador modelo.

El segundo núcleo importante sobre estudios de recepción en teatro es el que se organiza en torno a Andrea Fernández, en Formosa. Fernández (2013) estudia los rasgos del público formosense de teatro. La autora hizo entrevistas a espectadores, a partir de las cuales indica que el público acude al teatro motivado por el interés en presenciar un espectáculo artístico y

para apoyar las producciones de teatro independiente formoseño. Se afirma que la divulgación es centralmente de boca en boca y que el teatro es una actividad amateur autofinanciada por los teatristas.

En cuanto a estudios cuantitativos de públicos, encontramos segmentos relativos al teatro en sondeos más generales. El “Estudio Nacional de Público Teatral” (Cerdeira y Sánchez Salinas, 2008) se aboca específicamente a este arte escénico. Se realizó entre 2011 y 2012, bajo dirección del Instituto Nacional del Teatro y consistió en encuestas de opinión con un enfoque cuantitativo, con muestras estratificadas por sexo y rango de edad. El relevamiento se ejecutó durante las Fiestas Nacionales de Teatro, en el Circuito de Festivales y en Fiestas Provinciales de Chaco, Chubut, Corrientes, Entre Ríos, La Pampa, La Rioja, Mendoza, Misiones, Salta, San Juan y Tucumán. Entre los hallazgos del estudio, se indica que el público de teatro es mayoritariamente joven, femenino, universitario y de clase media; se encontró que la frecuencia de asistencia al teatro varía siendo mayor en Chaco, La Pampa y Mendoza, y menor en La Rioja, San Juan, Salta y Misiones.¹⁶

Danza y festivales

Como mencionábamos antes, la recepción de la danza es apenas considerada. Se ofrece como objeto de interés en el marco de festivales o rituales especiales. Entre los trabajos escasos trabajos al respecto, subrayamos los producidos por Juan Armando Guzmán. En ellos, encontramos tanto un interés por los aspectos identitarios y religiosos del público, como una consideración relativa a la danza misma en sus aspectos estéticos. Interesado en el arte de su región, Jujuy, Guzmán realiza etnografías de fiestas callejeras, corsos y procesiones. En el baile de Caporales y Tinkus que se producen en las procesiones religiosas observa un símbolo de fe pero también descubre que se produce un momento de la “apertura” de la procesión: es el momento donde la danza –desplegada en la calle– parece cobrar

¹⁶ Se hicieron informes detallados por provincia que están a disposición en la página web del Instituto Nacional del Teatro, en <http://www.inteatro.gov.ar/2008/estadisticas.php>.

autonomía del vínculo referencial (Guzmán, 2010a). De esta manera el baile es abordado como una práctica artística que produce un efecto particular en relación al símbolo religioso: la danza de estos cuerpos de baile parece no estar sometida a fuertes condicionantes de la ceremonia, sino a las condiciones de regulación de sus propios miembros, que se expresa en la modalidad estética de los pasos de baile, donde el guión y la improvisación dan sentido a la danza. Para el autor, las danzas de origen boliviano expresan, de alguna manera, la opinión de los sectores populares sobre la exclusión, convirtiéndose en “materiales de protesta”.

Al analizar el Corso de la ciudad de San Salvador de Jujuy como actividad cultural programada oficialmente en el marco de los festejos por carnaval, nuevamente retoma los vectores de análisis presentes en la investigación anterior, en tanto reivindicación de la calle como lugar de interacción, enfatizando en este caso el constante intercambio de papeles entre actores y público.

En la región de Cuyo, encontramos el trabajo de Gimeno (2012) sobre la Fiesta Nacional del Sol que se realiza en la provincia de San Juan y que se ha constituido en los últimos años en la máxima celebración de esa provincia. El autor historiza la participación del público en esta fiesta que data de 1972 y estudia la inclusión de algunos elementos de festividades populares previas –carnavales, murgas y corsos– que aparecen configuradas como espectáculo turístico en la versión actual de la fiesta, interrogando la distinción entre pueblo y público. La Fiesta Nacional del Sol, constituida en máxima celebración de la provincia de San Juan, es ocasión de análisis de los procesos de industrialización y espectacularización que operan en su producción que implican la necesaria aceptación de los códigos impuestos desde el sector dominante.

Música y baile

Las investigaciones sobre públicos de distintos estilos y géneros musicales es sin dudas la más desarrollada. Se destaca el abordaje de ciertos estilos, privilegiadamente el rock (rock chabón, rock nacional) y en menor medida, la música electrónica, la cumbia villera, el cuarteto, el tango y la música electroacústica.

Las investigaciones sobre públicos musicales están fundamentalmente ligadas a:

La música como performance configuradora de subjetividades. En este grupo de investigaciones hay una lectura focalizada en sus puestas en escena y en el cuerpo como lugar de la experiencia. Suele incluirse en esta perspectiva la consideración del “baile”.

Mientras que algunas vertientes musicológicas y semióticas se concentran en las líricas y la significación —privilegiándose una perspectiva discursiva que queda fuera de los límites de este análisis—, en el abordaje de los públicos emerge de manera crucial la necesidad de interpretar *los cuerpos* —en especial, los cuerpos generizados—. En esta vertiente, la música aparece inescindiblemente ligada a la danza, el evento del baile o en un sentido más general, la *performance*, entendida como actuación, pero también asumida como un enfoque fructífero para este tipo de análisis. En este sentido, la investigación de María de los Ángeles Montes sobre prácticas de baile y escucha de música en las milongas cordobesas, muestra el baile como una trama donde el espacio —y sus convenciones—, la música y la danza se entretejen. Ejemplos de esta modalidad de abordaje son las investigaciones de Gustavo Blázquez (2008a, 2008b, 2011, 2012a, 2012b), Silvia Citro (2000, 2005, 2006, 2008, Citro y Cerletti 2008; Citro y Ascheri, 2012) y Víctor Lenarduzzi (2012). En general, los marcos conceptuales provienen de los estudios de género (Butler especialmente), el postestructuralismo y la antropología interpretativa

Los trabajos de Gustavo Blázquez abordan predominantemente dos géneros musicales: el cuarteto cordobés y la música electrónica. En una década de producción sobre estos temas, explora distintas aristas vinculadas al género, el baile, la forma de establecer relaciones, la raza, la clase social, la escena *dance* y el baile de cuarteto, el erotismo, el cuerpo. Desde una perspectiva básicamente etnográfica, la música ingresa en su análisis como una performance completa. Blázquez centra su atención en los públicos y sus prácticas en el momento del baile. Otro de los aspectos significativos de su trabajo es su capacidad de abordar el “detrás de la escena”. A través de entrevistas con intérpretes y productores, se introduce en las condiciones materiales de la producción y circulación musical, entendida también como mercancía, así como en la puesta en escena, la performance de los músicos, la significación identitaria de esa práctica, la configuración

de cuerpos y subjetividades, las relaciones entre los miembros de los públicos y sus intereses en relación a estas prácticas culturales. Género, raza y clase resultan ejes transversales de sus investigaciones que permiten articulaciones horizontales con prácticas sociales abordadas por otros subcampos de la sociología y la antropología.

Sobre la escena de la música electrónica y alcanzando conclusiones convergentes con las de Blázquez, el libro de Víctor Lenarduzzi revisa, desde el campo de la filosofía y el arte, el lugar de práctica “contemplativa” asignada a la recepción musical y cuestiona las clásicas dicotomías alma/cuerpo, racionalidad/sensibilidad que envolvieron su estudio. En cambio propone recuperar el lugar del cuerpo en la reflexión, en especial para esta investigación sobre música electrónica, que propicia la experiencia sensorial. El capítulo IV del libro se ocupa de la recepción musical en las fiestas *raves*, y señala, al igual que Blázquez, el desplazamiento de la seducción como objetivo.

Guadalupe Gallo (2011), utilizando como llave metodológica y conceptual la noción de performance y retomando consideraciones de Blázquez y Lenarduzzi, también revisa la escena dance, señalando que aquí, la música y el baile están completamente implicados y que existe un diálogo constante entre el DJ y lo que se manifiesta en la pista.

En ese sentido, las investigaciones de Silvia Citro son un fuerte ejemplo de la potencialidad que ofrece la conjunción música-danza para el abordaje del cuerpo. Interesada inicialmente por las prácticas musicales de distintos grupos étnicos argentinos (especialmente tobas y mocovíes), sus investigaciones se ofrecen como un desarrollo conceptual fundamental para el abordaje del cuerpo en su relación con las performances musicales-dancísticas analizadas en su dimensión ritual y en su relación con las identidades culturales. A partir de este instrumental teórico y metodológico, Citro también aborda el rock y los jóvenes, explorando los recitales como espacios festivo-rituales de pasaje y transgresión. La investigación de Marisa Vigliotta retoma los conceptos de ritual y fiesta de Citro y los aplica, como ella, al abordaje del rock (2011, 2013).

La música como articuladora de identidades sociales, vinculada a la agenda de investigación sobre las culturas populares.

Esta entrada al problema es la más antigua y la más transitada, al punto que la producción existente admite una segunda especificación. Si-

guiendo a Aliano (2010), podemos decir que se distinguen dos posiciones que, sin ser antagónicas, presentan matices distintos en el interior del campo: los que entienden a las culturas populares desde el lugar de la subalternidad –que posibilita asimismo resistencias–, y los que enfocan su positividad, soslayando la dimensión política. El primer tipo de estudios se ejemplifica en los trabajos de Pablo Alabarces –precursor de estos estudios en la Argentina (1993), junto con Mirta Varela (Alabarces y Varela, 1988)– y María Graciela Rodríguez (Alabarces y Rodríguez, 2008), Daniel Salerno (2008) y Malvina Silba (Salerno y Silba, 2006). Estas investigaciones retoman conceptos clásicos como identidad o culturas populares, desde una perspectiva inspirada en los Estudios Culturales ingleses e influida por Gramsci, El segundo grupo, estimulado en las investigaciones de Pablo Vila y Pablo Semán (1985; 1996; Semán y Vila, 2008) y Pablo Semán (2006a) escoge una perspectiva socioantropológica interpretativista (Garriga Zucal, 2008; Martín, 2008; Semán y Vila, 2008; Welschinger Lascano y otros, 2011).

En este amplio grupo de investigaciones, existen algunos cruces específicos. Un cruce temático especial es el estudio de los vínculos y definiciones identitarias juveniles conformados alrededor de ciertos estilos musicales, grupos o intérpretes (Wortman, 2001; Benedetti, 2008; Aliano y otros, 2011). Esta relación constituye una “novel tradición” o subcampo; numerosos trabajos de los precedentemente referidos incluyen alusiones a esta relación. La emergencia de los estudios de juventudes y los estudios de rock en la Argentina es contemporánea; las trayectorias y las agendas investigativas rápidamente coinciden (Bustos Castro, 1994; Kuasñosky y Szulik 1994; Pujol, 2007) y siguen hoy en diálogo fructífero.

Un segundo cruce temático especial es el que establece relaciones entre grupos sociales y consumos musicales (Míguez, 2006), fragmentando la perspectiva culturalista de las culturas populares. Aunque hay cierta diversidad, aquí la entrada resulta mucho más cercana a la de “públicos”. Menos habituales son las lecturas que, a la inversa, previenen contra la naturalización automática de la relación entre ciertos géneros y estilos musicales y determinados grupos sociales o etarios, por ejemplo rock y juventud (Welschinger Lascano y otros, 2011), o cumbia villera y marginalidad (Silba, 2010).

Un tercer cruce temático especial es la relación entre públicos y religiosidad popular. Esta entrada, que resulta sugerente, sobre todo en las

relaciones conceptuales establecidas entre “fans” y “devotos” (Martín, 2009), puede terminar resultando un poco forzada en la medida en que se aplique indiferenciadamente (Semán, 2006b; Gallo y Semán, 2009), sin destacar la peculiaridad que las prácticas (ya sean religiosas o culturales) revisten.

En el balance de las investigaciones sobre música y danza se hace evidente la dificultad de atender a todas las dimensiones de la problemática. La atención privilegiada de la recepción (entendida siempre en términos colectivos, como público, fans, seguidores, aficionados, e incluso “devotos”) eclipsa –salvo excepciones– el análisis de las condiciones de producción y, sobre todo, del objeto artístico mismo en lo que a sus dimensiones estéticas y técnicas se refiere. Estos aspectos hablan del *qué* y del *cómo* de la recepción. Son dimensiones significativas, inherentes a la interpretación de las condiciones de recepción, que superan la consideración reducida al receptor empírico y podrían, fructíferamente, ser integradas en la investigación, en lugar de desgajarse por separado. Algunos intentos por reunir los fragmentos y ampliar los alcances de una investigación sobre la recepción van por la vía de las entrevistas a los grupos e intérpretes, o el análisis de entrevistas o documentos publicados en la prensa. Algunas investigaciones, como hemos visto, se preocupan especialmente de la historización o la tradición del género musical seleccionado (Lenarduzzi, Blázquez, Albarces, Citro).

Esta segmentación entre la producción cultural y sus públicos también se presenta a la inversa: existen abordajes que se refieren a sus dimensiones significantes ligadas fundamentalmente a las líricas y géneros (Díaz, 2000, 2009) que no atiende especialmente la caracterización de los receptores empíricos –por esa razón, no han sido reseñados en este volumen–. Existe aquí un problema de formación: la mayor parte de los investigadores provienen de las ciencias sociales (sociólogos, antropólogos, comunicólogos) y su sensibilidad en cuanto a su objeto de estudio los lleva a privilegiar la mirada sobre el sujeto en su trama sociocultural. Aunque algunos de ellos son además aficionados que han adquirido algunas herramientas de crítica musical, en general no hay un despliegue importante de estos análisis. Si el interés está puesto en el acto de encuentro entre músicos y público, el motivo de este ritual, e incluso, el don intercambiado, son centrales para comprender la práctica: los “sentidos” se atan a un objeto signifiicante y la performance cor-

poral acompaña una música que sin embargo queda eclipsada en las investigaciones.

Casos marginales

Un caso marginal, cuya pregunta y abordaje resulta original, es el de Fabián Beltramino (2003, 2010). La pregunta no es por los públicos, sino por su ausencia, en la música electroacústica: “se trata –dice Beltramino– de un producto que parece no necesitar de consumidores, un producto que agota sus expectativas de consumo en los propios productores” (2003: 12). A partir de un conjunto de entrevistas a informantes clave (compositores, productores) y algunas encuestas en los escasos conciertos localizados en Buenos Aires identificados, Beltramino elabora una serie de hipótesis sobre este distanciamiento que toma nota de una manera especial el *lenguaje musical electroacústico* y la ausencia de un intérprete. Caracteriza también el tipo de público (experto o de culto, casi siempre “casi siempre vinculado de manera directa a la producción, sea en el campo mismo de la música académica” (2003: 18), los sus canales de difusión y la excepcionalidad de los conciertos. *Indaga, además, sobre la experiencia de audición en relación con las características de la música*. La investigación *incluye claves teóricas provenientes del campo artístico* (Adorno, Eco) que permiten interrogar a los públicos desde aspectos intrínsecos a la obra musical.

Otro caso marginal es el libro de Claudio Benzecry (2012). *El fanático de la ópera* es un acercamiento claramente empírico al arte dramático, que busca analizar de forma integral el circuito en el que se encuentra inserto el espectador. El trabajo se detiene a pensar las relaciones entre los fanáticos de la ópera y su vínculo afectivo con ese objeto cultural. Busca superar las limitaciones deterministas de la sociología bourdeana, dejando de lado la noción de distinción como elemento fundamental en la elección de ciertas prácticas artísticas y culturales. Intenta pensar el vínculo entre los sujetos y la ópera desde una perspectiva que pone de relieve lo pasional, en términos de amor a la ópera. “Este libro se centra en el carácter afectivo del apego a la ópera –un producto cultural particularmente complejo– y en su utilización como una actividad significativa que permite a sus apasionados amantes inventar un sentido dentro de su propia vida, incluso

darle un sentido a esta y modelarse como individuos meritorios” (Benzecry, 2012: 25).

El autor propone como punto de partida un recorrido por la historia de la ópera en la Argentina que le permite explicar las relaciones entre una práctica cultural habitualmente asociada a la alta cultura y su pervivencia en el tiempo y actual vinculación con sujetos pertenecientes a las clases medias, preguntándose “¿Qué explica esa entrega intensiva y extensiva cuando el estatus, la ideología y la popularidad no son suficientes?” (Benzecry, 2012: 25). La metodología seleccionada fue una etnografía realizada durante 18 meses, durante las temporadas 2002 a 2005. La etnografía se concentró en los recintos del piso superior del Teatro Colón de Buenos Aires, destinados al público que observa de pie las funciones, asistiendo a unas setenta representaciones y compartiendo las esperas previas al ingreso o los viajes a teatros no muy distantes de Buenos Aires. Cumplió seis meses de observación previos a la realización de cuarenta y cuatro entrevistas, entre los miembros del público, críticos musicales, productores y organizadores clave, en las que preguntaba a los entrevistados sobre su iniciación en las actividades musicales, su historia familiar, su trayectoria personal, su conocimiento musical y frecuencia con la que asistían a la ópera. El objetivo de estas entrevistas fue comprender y hacer explícitos algunos de los lazos entre la vida personal, el estatus social, las concepciones de trascendencia y goce y el apogeo de la música a los que era difícil dar forma solo mediante la observación (Benzecry, 2012: 38).

Conclusiones

Convergencias temáticas, teóricas y metodológicas

En la mayor parte de las investigaciones relevadas, encontramos una presencia marcada de los conceptos de la sociología de la cultura bourdeana, en particular el concepto de *habitus* y la noción de capital cultural. Los trabajos oscilan entre un enfoque descriptivo, o puramente teórico-especulativos, con escasa o no suficientemente explotada evidencia empírica. En casi todos los casos se omite dar cuenta del diseño metodológico.

En cuanto a los campos artísticos relevados, podemos decir que los estudios sobre públicos corren suertes dispares. El público de la danza, por ejemplo, es poco abordado. Cuando lo es, se pone integra al estudio de las identidades culturales y étnicas. La mayor vacancia relativa se observa en relación con el público de teatro. A la inversa, el público de la música ha recibido una especial atención. En tanto ha sido punta de lanza de los debates teóricos que redundan en concepción de cultura e identidad, e incluso en la conformación de públicos o subculturas, registra una frondosa producción académica.

Las tradiciones de investigación se hacen eco de estas tensiones, privilegiando ciertos objetos y desatendiendo otros. Los abordajes varían sustancialmente en función de las sedes disciplinares que se interesan por ellos. Así, las danzas y la música populares son asunto de la antropología, proliferando los estudios locales o situados; mientras que el ballet, el teatro y el cine son objetos de las Letras o las Escuelas de Arte. Aunque estos abordajes suelen interesarse más por la práctica artística que por los públicos, eventualmente se refieren a ellos. Las lógicas de investigación se dividen con claridad entre los dos enfoques dominantes: el sociológico de lógica cuantitativa y el antropológico o cualitativo situado y microscópico representado fundamentalmente por los estudios de caso. Marginalmente, encontramos algunas investigaciones multidimensionales y pluridisciplinarias, que consideran tanto el objeto artístico como sus públicos.

Esquematizando un poco, podríamos decir que existen dos maneras hegemónicas de concebir las prácticas culturales, que se manifiestan a su vez al estudiar los públicos: una, en tensión con el mercado cultural del arte y de las industrias culturales; la otra, en relación con territorios, identidades y tradiciones.

Perspectivas innovadoras y agendas pendientes

Las tendencias que emergen en los últimos años de la década analizada prestan atención a la mixtura del arte con las tecnologías digitales. Como ocurre en los demás subcampos de las prácticas culturales, estas tecnologías obligan a redefiniciones en términos de acceso, difusión, posibilidades de intervención en la producción y edición y recreación de la pieza. Por el

momento, solo se relevan algunas lecturas y problematizaciones preliminares o aisladas (Ugarte, 2008; Nieto Zuljevich Karaman, 2011).

A la luz del panorama descrito, emergen algunos interrogantes. Es llamativa la vacancia en el estudio de los públicos de algunas artes, habida cuenta la muy escasa cantidad de investigaciones encontradas: es el caso de la danza, el teatro y ciertas formas musicales como la electroacústica. Quizá, como Beltramino, podemos preguntarnos si se están convirtiendo en universos autorreferentes, y variar la pregunta para interesarnos por la “vida social” de ciertos estilos artísticos.

La agenda pendiente en los estudios del público de artes probablemente suponga un esfuerzo de articulación de perspectivas. Sin dudas, la investigación ganaría densidad si se lograran captar de manera global e integrada todas las etapas de las prácticas artísticas (creación y la producción, difusión, legitimación en la crítica, exposición y puesta en escena, recepción), así como una lectura que vaya del contexto a la obra, de la obra al público, del público al contexto.

La ausencia más significativa es la consideración de la experiencia estética como una dimensión de análisis inseparable de la recepción de las prácticas artísticas. Sin dudas esto requiere refinar las herramientas metodológicas a partir de un concepto que, en sí mismo, presenta una enorme complejidad y es objeto de debate. No obstante, esta es la peculiaridad de este tipo de recepción. Al abandonar aquello que le es propio, la experiencia estética se iguala al consumo de cualquier mercancía.

En relación con estas prácticas y su recepción, restan contestar tres observaciones: ¿hay un valor diferente en la fruición, si esta es educada?, ¿cuál es la relación entre la delectación y la obra? y ¿qué valor artístico tienen las obras y los géneros descalificados? La omisión de la consideración de la obra misma cuando se investigan los fenómenos de recepción, y por tanto, la carencia de un análisis en torno a la relación estética de los públicos con las obras artísticas en su dimensión significante, oblitera una dimensión única, inherente a estas prácticas, igualándolas a cualquier otra. Si son válidas las mismas categorías para analizar el fútbol, la religión, el consumo de bienes generales y las prácticas artísticas, es porque se produce una homologación que soslaya lo que es particular, específico, en la recepción del arte, esto es: la *experiencia estética*. Esta dimensión, subjetiva y social al mismo tiempo, no se incluye, salvo ex-

cepciones, en los análisis del corpus de estudios de públicos que hemos relevado.

Referencias bibliográficas

- BAYARDO, R. y WORTMAN, A. (2012), “Consumos culturales en Argentina”, *Alteridades*, N° 44 (22), pp. 11-21.
- BOURDIEU, P. (1979), *La Distinction, Critique sociale du Jugement*, Éditions de Minuit, París.
- (1992), *Les règles de l'art*, Seuil, París.
- BOURDIEU, P. y DARBEL, A. (1966), *L'Amour de l'Art. Les Musées d'Art Européen et leur Public*, Éditions de Minuit, París.
- CAROZZI, M.J. (coord.) (2011), *Las palabras y los pasos. Etnografías de la danza en la ciudad*, Gorla, Buenos Aires.
- EAGLETON, T. (1998), *Una introducción a la teoría literaria*, Fondo de Cultura Económica, México.
- FRANCASTEL, P. (1960 [1951]), *Pintura y sociedad*, Emecé, Buenos Aires.
- FRITH, S. (1978), *The Sociology of Rock*, Constable, Londres.
- GADAMER, H.-G. (1977 [1960]), *Verdad y método I*, Sígueme, Salamanca.
- GARCÍA CANCLINI, N. (coord.) (1987), *El público como respuesta. Cuatro estudios sociológicos en museos de arte*, INBA, México.
- GETINO, O. (1994), *Las industrias culturales en la Argentina*, Colihue, Buenos Aires.
- GOMBRICH, E. (1997), *La historia social del arte*, Debates, Madrid.
- HALL, S. (1980), “Encoding and Decoding in the Television Discourse”, en HALL, S., HOBSON, D., LOVE, A. y WILLIS, P. (eds.), *Culture, Media, Language*, Hutchinson, Londres, pp. 128-138.
- HAUSER, A. (1969 [1951]), *Historia social de la literatura y el arte*, Guadarramal Punto Omega, Madrid.
- (1975), *Sociología del arte*, Guadarrama, Madrid.
- (1982 [1958]), *Teorías del arte. Tendencias y métodos de la crítica moderna*, Punto Omega, Madrid.
- MARTÍN BARBERO, J. (1997 [1987]), *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Gustavo Gilli, Barcelona.
- SCHMILCHUK, G. (1996), “Venturas y desventuras de los estudios de público”, *Cuicuilco, nueva época*, N° 7 (3), pp. 31-57.

SUNKEL, G. (2006), *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*, Convenio Andrés Bello, Bogotá (2ª edición ampliada y revisada).

Corpus analizado

Museos, artes plásticas y visuales

BALDASARRE, M. I. (2006), *Los dueños del arte*, Edhasa, Buenos Aires.

BALDASARRE, M.I. y DOLINKO, S. (2011), *Travestias de la imagen. Historias de las artes visuales en Argentina*, CAIA/EDUNTREF, Buenos Aires.

BAYARDO, R. (2001), “Cultura, artes y gestión cultural. La profesionalización de la gestión cultural”, en *III Jornadas de Investigación del Instituto de Historia del Arte Argentino y Latinoamericano*, FFyL, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

— (2004), La economía cultural, las políticas culturales y el financiamiento público de la cultura, *Turismo y Patrimonio* 4, pp. 57-68. Lima, Universidad de San Martín de Porres.

— (2007), “La gestión del patrimonio y los conflictos en torno a las identidades sociales. ¿Gestión cultural sin políticas culturales transversales?”, *Papeles de Trabajo*, N° 2. Recuperado de http://www.idaes.edu.ar/papelesdetrabajo/paginas/Documentos/02_4_bayardo%20gestion%20patrimonio%20y%20politicas%20culturales.pdf.

BERMEJO, T. (2014), *El precio de la belleza. Coleccionismo y consumo artístico en Argentina (1920-1960)*, EDUNTREF, Buenos Aires.

BIALAGORSKI, M. y COUSILLAS, A. M. (2000), “Gestión cultural y estudios de público en el Museo Hernández de la ciudad de Buenos Aires”, *Cuadernos de Antropología Social*, N°12, pp. 195-205.

— (2008), “Una propuesta de evaluación innovadora en los estudios de visitantes de un museo de Buenos Aires”, *Mus-A, Revista de los Museos de Andalucía*, N° 10, pp. 98-101.

BIALOGORSKI, M. y FRITZ, P. (2011), “¿Cómo impacta la noche de los museos en los visitantes? Un estudio de público en la ciudad de Buenos Aires”, Investigación inédita, Buenos Aires, International Council of Museums (ICOM)-Argentina.

- BIALOGORSKI, M. y LANDER, E. (1999), "Viejas ideas, nuevos públicos: acerca de un estudio de público en el Museo Hernández", en *Comunicación en Museos y diversidad cultural - Viejas culturas, nuevos mundos. VII Seminario Latinoamericano sobre Patrimonio Cultural*, ICOM-CA, Buenos Aires.
- CERVIÑO, M. (2007), "No, yo tampoco. El amor al arte, probablemente" *Apuntes de Investigación del CECyP*, N° 12, pp. 183-198.
- (2011), *El circuito internacional del arte contemporáneo en los primeros noventa. Una descripción del llamado "arte global"*, Documentos de jóvenes Investigadores, Instituto Gino Germani. Recuperado de <http://webiigg.socials.uba.ar/iigg/textos/documentos/DJI32.pdf>.
- CONFORTI, M.E. (2012), "El público y el patrimonio arqueológico. El caso de la comunidad de Tres Arroyos en relación con el sitio 'Arroyo Seco 2' y la muestra del Museo Municipal José A. Mulazzi", *Revista del Museo de Antropología*, N° 5, pp. 131-140.
- COUSILLAS, A.M. (1997), "Los Estudios de Visitantes a Museos: Fundamentos generales y principales tendencias", *NAyA*. Recuperado de <http://www.equiponaya.com.ar/articulos/museologia02.htm>.
- (2001), "Sobre patrimonio cultural, imaginarios y conflictos", en *Temas de Patrimonio*, 5, Primeras Jornadas de Patrimonio Intangible "Memorias, identidades e imaginarios sociales", Buenos Aires, Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires, pp. 212-218.
- (2003), "Reflexiones desde la gestión sobre el patrimonio cultural artesanal en un museo de la ciudad de Buenos Aires", Ponencia, Primer Congreso Universitario de Folklore, Universidad Nacional de Córdoba, 20 al 23 de junio de 2003.
- COUSILLAS, A.M. y otros (1998), "Frecuentación y consumo cultural del público a museos. Aportes para repensar la política cultural en Buenos Aires", en *I Congreso Virtual de Antropología y Arqueología*. Recuperado de <http://www.equiponaya.com.ar/congreso/ponencia3-2.htm>.
- FRITZ, P. y BIALOGORSKI, M. (2012), "Diálogo con los visitantes. Estudios de público cualitativos en el Museo de Arte Popular José Hernández de la Ciudad de Buenos Aires", Ponencia, Simposio internacional de museología. Nuevas prácticas, nuevas audiencias. A 40 años de la mesa de Santiago, Santiago de Chile.
- GIBAJA, R. (1964), *El público de arte: encuesta en el Museo Nacional de Bellas Artes*, Eudeba, Buenos Aires.

- PLANTE, I. (2013), *Argentinos de París. Arte y viajes culturales durante los años sesenta*, Edhasa, Buenos Aires.
- PUEBLA ANTEQUERA, F. (2012), “Enfoques temáticos-conceptuales desarrollados en estudios de público”, *Revista de Museología*, N° 55, pp. 50-55.
- SCHMILCHUK, G. (2012), Públicos de museos, agentes de consumo y sujetos de experiencia, *Alteridades* 22 (44): 23-40.
- VERÓN, E. y LEVASSEUR, M. (1983), *L'espace, le corps, le sens: ethnographie d'une exposition: "Vacances en France"*, BPI/Centre Georges Pompidou, París.

Cine

- ABBA, A. (2003), “Cine y ciudad en el siglo XX. Evolución de las centralidades culturales de Buenos Aires”, *Documento de Trabajo CIHaM*, N° 4, FADU-Universidad de Buenos Aires. Recuperado de http://www.ciham.org/CIHaM%20FADU-UBA_files/bib-abba2003.pdf.
- ASSUSA, G. (2013), “Distinción, consumo y clases sociales. Elementos para una sociología de la práctica de consumo cinematográfico”, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, N° 38, pp. 93-120.
- CALVAGNO, J. (2010), “El primer cine industrial y las masas en la Argentina: la sección ‘Cinematografía’ del semanario ‘CGT’”, *A Contracorriente. Una revista de historia social y literatura de América Latina*, N° 7(3), pp. 38-81.
- CONDE, M. (2009), *Martes, día de damas. Mujeres y cine en la Argentina, 1933-1955*, Tesis de Maestría, FCS-Universidad de Buenos Aires. Recuperado de <http://lanic.utexas.edu/project/laop/iigg/tesis7.pdf>.
- DÍAZ, M.C. (2011), “Anime en proyección: Ciclos de animación japonesa en la ciudad de Córdoba”, en *VII Encuentro Interdisciplinario de Ciencias Sociales y Humanas, Diálogo entre saberes: encuentros y desencuentros*, Córdoba.
- FINQUELIEVICH, S., VIDAL, A. y KAROL, J. (1992), *Nuevas tecnologías en la ciudad: información y comunicación en la cotidianeidad*, Centro Editor de América Latina, Buenos Aires.
- GETINO, O. (2005), *Cine argentino. Entre lo posible y lo deseable*, CICCUS, Buenos Aires.
- (2006), *El capital de la cultura. Las industrias culturales en Argentina y en la integración MERCOSUR*, Parlamento Cultural MERCOSUR, Buenos Aires.
- (2007), *Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo*, CICCUS, Buenos Aires.

- (2008), “Apuntes sobre la incidencia económica y social del cine y el audiovisual”, en GETINO, O. y otros (coords.), *Cuadernos de Políticas Culturales. Indicadores Culturales 2008*, EDUNTREF, Buenos Aires, pp. 114-123.
- (2009), *Industrias del audiovisual argentino en el mercado internacional. El cine, la televisión, el disco y la radio*, CICCUS, Buenos Aires.
- GONZÁLEZ, L. (2011), “Cine argentino. Gusto, recepción y consumo. Primeras aproximaciones”, en *XXVIII Congreso Internacional ALAS*, Recife. Recuperado de http://www.ungs.edu.ar/ms_ico/wp-content/uploads/2012/03/LG-Ponencia-ALAIC-2012-Uruguay.pdf.
- (2013), “De la sala a la ‘nube’. Nuevas perspectivas en el consumo de filmes y audiovisuales en el mundo digital”, en PIÑÓN, J.F. (coord.), *Cuadernos de políticas culturales. Indicadores culturales 2012*, s/n, UNTREF, Buenos Aires.
- KIRCHHEIMER, M. (2011), “Problemas de lectura: lo infantil y lo adulto en la animación comercial contemporánea”, *Oficios Terrestres*, N° 27, pp. 1-29.
- LAFERLA, J. (2013), “Cine expandido, o el cine después del cine”, en PIÑÓN, J.F. (coord.), *Cuadernos de políticas culturales. Indicadores culturales 2012*, EDUNTREF, Buenos Aires.
- LANDI, O., VACCHIERI, A. y QUEVEDO, L.A. (1990), *Públicos y consumos de Buenos Aires. Documento del Centro de Estudios Sociales*, N° 32, CEDES, Buenos Aires.
- MARINO, S. (2013), “Espacio audiovisual argentino: claroscuros de un presente exitoso y un futuro incierto”, *Austral Comunicación*, N° 2 (2), pp. 187-202.
- MOGUILLANSKY, M. (2007), El cine en la ciudad de Buenos Aires en un contexto de transformaciones globales, en AA.VV., *Las industrias culturales en la ciudad de Buenos Aires*, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Observatorio de las Industrias Culturales (OIC), Buenos Aires, pp. 83-113.
- (2008), “La circulación de cine brasileño en Argentina: el (corto) circuito comercial”, en *V Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de La Plata*. Recuperado de <http://www.aacademica.com/000-096/200.pdf>.
- (2009), “Políticas de la crítica y críticas políticas”, en *XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología*, Buenos Aires. Recuperado de <http://www.aacademica.com/000-062/215.pdf>.
- (2011), *La imaginación en cuestión. El cine brasileño en la Argentina desde la creación del MERCOSUR (1995-2005)*, EAE, Berlín.
- PERELMAN, P. y SEIVACH, P. (2005), *La industria cinematográfica en la Argentina: Entre los límites del mercado y el fomento estatal*, CEDEM-GCBA, Buenos Aires.

- PUJOL, S. (1989), “Los porteños y el cine mudo: un amor a primera vista”, *Todo es historia*, N° 259, pp. 52.
- QUINTAR, A. y BORELLO, J. (2011), “Consumos culturales en Argentina: el caso del cine en la población de estudiantes universitarios”, en *XXVIII Congreso ALAS*, Recife. Recuperado de http://www.ungs.edu.ar/ms_ico/wp-content/uploads/2012/03/Quintar-Borello-Consumo-de-cine.pdf.
- (2014a), “Evolución histórica de la exhibición y el consumo de cine en Buenos Aires”, *Revista H-Industri@*, N° 14, pp. 81-120.
- (2014b), “Consumos culturales en Argentina: El caso del cine en la población de estudiantes universitarios”, *Imagofagia*, N° 9. Recuperado de http://www.asaca.org/imagofagia/index.php?option=com_content&view=article&id=395:consumos-culturales-en-argentina-el-caso-del-cine-en-la-poblacion-de-estudiantes-universitarios&catid=54:numero-9&Itemid=165.
- RUSO, E. (2012), “El 3D una vez más. ¿Esta vez sí? El cine en relieve ante los espectadores contemporáneos”, *Cuaderno. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, N° 39, pp. 269-281.
- SAMAJA, J. (2006), “Recepción en Argentina del espectáculo cinematográfico audiovisual (1929-1933)”, *Revista Argentina de Investigación Cinematográfica*, N° 1. Recuperado de http://www.sai.com.ar/cine/raic/raic_v1_n1_00.html.
- SCHMUCLER, H. y TERRERO, P. (1992), “Nuevas Tecnologías y transformación del Espacio Público. Buenos Aires 1970-1990”, *Telos*, N° 32. Recuperado de http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/anteriores/num_032/opi_perspectivas3.html.
- SERRA, M.S. (2011), *Cine, escuela y discurso pedagógico. Articulaciones, inclusiones y objeciones en el siglo XX en Argentina*, Teseo, Buenos Aires.
- TERRERO, P. (1999), “Ocio, prácticas y consumos culturales. Aproximación a su estudio en la sociedad mediatizada”, en Sunkel, G., *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*, Convenio Andrés Bello, Bogotá, pp. 196-213.
- TORTEROLA, E. (2009), “El nuevo cine argentino en la encrucijada actual. Desequilibrios y desafíos en la industria cinematográfica nacional”, en AMATRIAIN, I. (coord.), *Una década de nuevo cine argentino. Industria, crítica, formación y estéticas cinematográficas*, CICCUS, Buenos Aires, pp. 191-206.
- (2010), “El cine y la ciudad en el cambio de siglo. Apuntes sobre las transformaciones recientes en el consumo audiovisual en Buenos Aires”, *Miriada*, N° 5, pp. 103-132.

- VELLEGGIA, S. (2009), “De la subversión de la mirada a las pantallas de la era digital: los nuevos imaginarios”, en *Primer Congreso Iberoamericano de Cultura: cine y audiovisual en Iberoamérica*, pp. 124-133. Recuperado de <http://www.untref.edu.ar/documentos/indicadores2008/De%20la%20subversion%20de%20la%20mirada%20a%20las%20pantallas%20de%20la%20era%20digital%20los%20nuevos%20imaginarios%20Susana%20Vellegia.pdf>.
- VIDAL, A. (1990), *Viendo video. Pautas de consumo de un nuevo medio*, CEUR, Buenos Aires.
- WOLF, S. (1996), *El periodismo cinematográfico: construcción de los públicos cinematográficos en la década del 20*, Tesina de Licenciatura, FCS-Universidad de Buenos Aires.
- WORTMAN, A. (2002), “Identidades sociales y consumos culturales: el consumo de cine en la Argentina”, en *Intersecciones en Comunicación*, N° 2, pp. 13-31.
- (2003), *Pensar las clases medias. Consumos culturales y estilos de vida urbana en la Argentina de los noventa*, La Crujía, Buenos Aires.
- (2009), “Consumo de cine en la Argentina. ¿Es posible reinventar los imaginarios sociales?”, en *Primer Congreso Iberoamericano de Cultura: cine y audiovisual en Iberoamérica*, pp. 104-113. Recuperado de <http://www.untref.edu.ar/documentos/indicadores2008/Consumo%20de%20cine%20en%20Argentina%20Es%20posible%20reinventar%20los%20imaginarios%20sociales%20Ana%20Wortman.pdf>.

Teatro

- BEAULIEU, P. (2007), “¿Quién Asiste al Teatro? Investigación sobre consumo cultural de Teatro Independiente en la ciudad de Córdoba”, *El Apuntador*, Córdoba.
- (2009), “Estudio de caso. Oferta y consumo en el teatro independiente de la ciudad de Córdoba”, en GETINO, O. (coord.), *Indicadores culturales 2009*, pp. 126-132. Recuperado de http://www.untref.edu.ar/documentos/indicadores_culturales/2009/Empleo%20-%20Paula%20Beaulieu.pdf.
- CERDEIRA, M. y SÁNCHEZ SALINAS, R. (2008), “Estudio Nacional de Público Teatral”. Recuperado de <http://www.inteatro.gov.ar/2008/estadisticas.php>.

- FERNÁNDEZ, A. (2013), “El público formoseño de teatro: motivaciones y percepciones”, en *II Jornadas Científicas para Jóvenes Investigadores*, Formosa, 29 y 30 de agosto.
- FREGA, G., BRIZUELA, M., YUKELSON, A. y otros (2004), *El teatro de Córdoba (1900-1930): documentación y crítica*, Grupo de Estudios del teatro cordobés, Córdoba.

Danza y festivales

- GIMENO, D. (2012), “Fiesta Nacional del Sol. Las imbricadas relaciones entre lo popular/masivo y la cultura dominante”, en *XVI Jornada Nacionales de Investigadores en Comunicación*. Recuperado de http://sm000153.ferozo.com/memorias/pdf/gijornadasdeinvestigacion_danielgimeno.pdf.
- GUZMÁN, J.A. (2010a), “Baile: entre la manifestación ritual y la experiencia estética”, en GARCÍA VARGAS, A. (comp.), *Ciudad. San Salvador de Jujuy como texto* (pp. 189-198), EDIUNJu, San Salvador de Jujuy.
- (2010b) “Fiesta en la calle. Comunicación, cultura e identidad en el corso jujeño”, en GARCÍA VARGAS, A. (ed.), *Ciudad. San Salvador de Jujuy como texto*, EDIUNJu, San Salvador de Jujuy, pp. 105-111.

Música y baile

- ALABARCES, P. (1993), *Entre Gatos y Violadores: el rock nacional en la cultura argentina*, Colihue, Buenos Aires.
- (2009), “Gustavo Blázquez: Músicos, mujeres y algo para tomar. Los mundos de los cuartetos de Córdoba”, *Trans. Revista transcultural de música*, N° 13, pp. 1-3.
- ALABARCES, P. y RODRÍGUEZ, M.G. (comps.) (2008), *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular*, Paidós, Buenos Aires.
- ALABARCES, P. y VARELA, M. (1988), *Revolución, mi amor. El rock nacional 1965-1976*, Biblos, Buenos Aires.
- ALABARCES, P., SALERNO, D., SILBA, M. y SPATARO, C. (2008), “Música popular y resistencia: los significados del rock y la cumbia”, en ALABARCES, P. y RODRÍGUEZ, M.G. (comps.), *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular*, Paidós, Buenos Aires, pp. 31-58.

- ALIANO, N. (2010), “Culturas populares: Orientaciones y perspectivas a partir del análisis de un campo de estudios”, *Sociohistórica*, N° 27, pp. 185-209.
- ALIANO, N., LÓPEZ, M., PINEDO, J., STEFONI, A. y WELSCHINGER, N. (2010), “Banderas en tu corazón. Narrativas identitarias, vida cotidiana y prácticas de apropiación de la música rock en los sectores populares contemporáneos”, *Cuestiones de Sociología* N° 5-6, pp. 165-184.
- BENEDETTI, C. (2008), “El rock de los desangelados. Música, sectores populares y procesos de consumo”, *Trans. Revista Transcultural de Música*, N° 12.
- BLÁZQUEZ, G. (2008a), “Cuarteteros y electrónicos: subjetividades juveniles y consumos musicales”, en DA PORTA, E. y SAUR, D. (coord.), *Giros teóricos en las ciencias sociales y humanidades*, Comunicarte, Córdoba, pp. 99-106.
- (2008b), *Músicos, mujeres y algo para tomar. Los mundos de los cuartetos en Córdoba*, Recovecos, Córdoba.
- (2011), “Hacer belleza. Género, raza y clase en la noche de la ciudad de Córdoba”, *Astrolabio*, N° 6, pp. 127-157.
- (2012a), “I feel love”. Performance y performatividad en la pista de baile, en CITRO, S. y ASCHERI, P. (coord.), *Cuerpos en movimiento. Antropología de y desde las danzas*, Biblos, Buenos Aires, pp. 291-306.
- (2012b), “Masculinidades cool. Hacer género y clase en los clubs electrónicos”, *Estudios*, N° 27, pp. 45-57.
- BUSTOS CASTRO, P. (1994), “Rocanrol. El recital: los militantes del bardo”, en MIGUEZ, D. y SEMÁN, P. (eds.), *Entre santos, cumbias y piquetes*, Biblos, Buenos Aires, pp. 51-76.
- CITRO, S. (2000), “El análisis del cuerpo en contextos festivo-rituales: el caso del pogo”, *Cuadernos de Antropología, Social*, N° 12, pp. 225-242.
- (2005), “Ritual y espectáculo en la música indígena: El caso de los jóvenes toba del Chaco argentino”, *Latin American Music Review - Revista de Música Latinoamericana*, N° 26, pp. 318-346.
- (2006), “El análisis de las performances: Las transformaciones de los cantos-danzas de los toba orientales”, en SCHAMBER, P. y WILDE, G. (comp.), *Simbolismo, ritual y performance*, S/B, Buenos Aires, pp. 83-119.
- (2008), “El rock como ritual adolescente. Transgresión y realismo grotesco en los recitales de Bersuit”, *Trans. Revista Transcultural de Música*, N° 12.
- CITRO, S. y ASCHIERI, P. (2012), *Cuerpos en movimiento. Antropología de y desde las danzas*, Biblos, Buenos Aires.

- CITRO, S. y CERLETTI, A. (2008), "Continuities and Re-elaborations in Indigenous Music and Dances: the Case of the Mocoví", *Review: Literature and Arts of the Americas*, N° 77, pp. 271-275.
- DÍAZ, C. (2000), "Cuerpo, ritual y sentido en el rock argentino. Un abordaje sociosemiótico", *III Congreso IASPM-AL*, Bogotá. Recuperado de <http://www.iaspmal.net/wp-content/uploads/2011/10/Diazclaudio.pdf>.
- (2009), *Variaciones sobre el ser nacional. Una aproximación sociodiscursiva al folclore argentino*, Recovecos, Córdoba.
- GALLO, G. (2011), "Poder bailar lo que me pinta: movimientos libres, posibles y observados en pistas de baile electrónicas", en CAROZZI, M. J. (coord.), *Las palabras y los pasos. Etnografías de la danza en la ciudad*, Gorla, Buenos Aires, pp. 47-82.
- GALLO, G. y SEMÁN, P. (2009), "Superficies de placer: Sexo, religión y música electrónica en los pliegues de la transición 1990-2010", *Cuestiones de Sociología*, N° 5-6, pp. 123-142.
- GARRIGA ZUCAL, J. (2008), "Ni "chetos" ni "negros": roqueros", *Trans. Revista Transcultural de Música*, N° 12.
- KUASÑOSKY, S. y SZULIK, D. (1994), "Los extraños de pelo largo. Vida cotidiana y consumos culturales", en MARGULIS, M. (ed.), *La cultura de la noche*, Biblos, Buenos Aires, pp. 263-291.
- LENARDUZZI, V. (2012), *Placeres en movimiento. Cuerpo, música y baile en la "escena electrónica"*, Aidos editores, Buenos Aires.
- MARGULIS, Mario (ed.) (1997), *La cultura de la noche*, Biblos, Buenos Aires.
- MARTÍN, E. (2008), "La cumbia villera y el fin de la cultura del trabajo en la Argentina de los 90", *Trans. Revista Transcultural de Música*, N° 12.
- (2009), "Gilda no es ninguna santa: apuntes sobre las prácticas de sacralización de una cantante argentina", *Papeles de trabajo*, N° 5, pp. 1-14.
- MÍGUEZ, D. (2006), "Estilos musicales y estamentos sociales. Cumbia, villa y transgresión en la periferia de Buenos Aires", en MÍGUEZ, DANIEL y SEMÁN, PABLO (eds.), *Entre santos, cumbias y piquetes. Las culturas populares en la Argentina reciente*, Biblos, Buenos Aires, pp. 33-54.
- MONTES, M. de los Á. (2013), "Sobre la relación entre los espacios de escucha y el sentido otorgado a la música. El caso del tango en las milongas", en *VI Encuentro Panamericano de Comunicación*. Recuperado de <http://www.eci.unc.edu.ar/archivos/companam/ponencias/Recepci%C3%B3n%20y%20apropiaci%C3%B3n%20medi%C3%A1tica/-Unlicensed-Recepcion-y-apropiacion-mediatica-MONTES.pdf>.

- NIETO ZULJEVICH KARAMAN, F. (2011), “Rock 2.0”, en BIANCHI, M. y SANDOVAL, L. (eds.), en *I Jornadas Patagónicas de estudios sociales sobre Internet y tecnologías de la comunicación*, Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, Comodoro Rivadavia. Recuperado de <http://tecnologiaycultura.com.ar/actas2011/doc/m3nieto.pdf>.
- ORELLANA, V.M. (2013), “Mucho más que dos. Nuevas configuraciones en la “escena electrónica”” (reseña de Lenarduzzi, V., *Placeres en movimiento. Cuerpo, música y baile en la “escena electrónica”*), *Astrolabio*, N° 10, pp. 546-550.
- PUJOL, S. (2007), “La anunciación del rock. Identidad, divino tesoro”, *Trampas de la comunicación y la cultura*, N° 52, pp. 14-20.
- SALERNO, D. (2008), “La autenticidad al palo: los modos de construcción de las alteridades rockeras”, *Oficios Terrestres*, N° 23, pp. 128-137.
- SALERNO, D. y SILBA, M. (2006), “Juventud, identidad y experiencia: las construcciones identitarias populares urbanas”, *Question*, N° 10, pp. 1-10.
- SEMÁN, P. (2006a), “Vida, apogeo y tormentos del “rock chabón””, en *Bajo continuo. Exploraciones descentradas sobre cultura popular y masiva*, Gorla, Buenos Aires, pp. 61-77.
- (2006b), “El pentecostalismo y el ‘rock chabón’ en la transformación de la cultura popular”, en MÍGUEZ, D. y SEMÁN, P. (eds.), *Entre santos, cumbias y piquetes. Las culturas populares en la Argentina reciente*, Biblos, Buenos Aires, pp. 215-240.
- SEMÁN, P. y VILA, P. (2008), “La música y los jóvenes de los sectores populares: más allá de las ‘tribus’”, *Trans. Revista Transcultural de Música*, N° 12.
- SILBA, M. (2010), “La cumbia en la Argentina. Origen social, públicos populares y difusión masiva”, en SEMÁN, P. y VILA, P. (comps.), *Cumbia. Raza, nación, etnia y género en Latinoamérica*, Gorla, Buenos Aires, pp. 247-296.
- UGARTE, M. (2008), “Música: Tecnología, usos y consumos en una industria de relaciones asimétricas”, en UGARTE, M. y SANJURJO, L. (eds.), *Emergencias: Cultura, música y política*, Ediciones del Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini, Buenos Aires.
- VIGLIOTTA, M. (2011), “Tales cuerpos, tales rockeros”, en *1er. encuentro sobre Juventud, medios de comunicación e Industrias culturales*, La Plata. Recuperado de <http://www.perio.unlp.edu.ar/observatoriodejovenes/sites/perio.unlp.edu.ar/observatoriodejovenes/files/vigliotta.pdf>.

- (2013), “A la carga mi rocanrol: repensando algunos conceptos en el análisis de los conciertos de rock”, *La revista del CCC*, N° 17. Recuperado de <http://www.centrocultural.coop/revista/articulo/389/>.
- VILA, P. (1985), “Rock Nacional. Crónicas de la resistencia juvenil”, en JELIN, E. (ed.), *Los nuevos movimientos sociales*, CEAL, Buenos Aires, pp. 87-147.
- (1996), “Identidades narrativas y música. Una primera propuesta para entender sus relaciones”, *Trans. Revista Transcultural de Música*, N° 2.
- WELSCHINGER LASCANO, N., ALIANO, N., LÓPEZ, M. y PINEDO, J. (2011), “Del recital a las tramas cotidianas. Sensibilidades, identificaciones y prácticas de escucha de jóvenes (y no tan jóvenes) seguidores de ‘El Indio Solari’”, *Revista Argentina de Estudios de Juventud*, N° 4. Recuperado de <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/revistadejuventud/article/view/1493/1266>.
- WORTMAN, A. (2001), “Aproximaciones conceptuales y empíricas para abordar identidades sociales juveniles y consumos culturales en la sociedad argentina del ajuste”, *Documentos de trabajo*, N° 24, Instituto de Investigaciones Gino Germani, Buenos Aires.

Casos marginales

- BELTRAMINO, F. (2003), “La relación del público con la música electroacústica”, *Documentos de jóvenes investigadores*, N° 3, Instituto de Investigaciones Gino Germani, Buenos Aires.
- (2010), “Abordajes de la relación arte/sociedad: ¿sociología del arte, estética sociológica o qué?”, en *III Jornadas Latinoamericanas de Artes Integradas*, Universidad Nacional de Lanús. Recuperado de http://beltraminofabian.blogspot.com.ar/2010_10_01_archive.html.
- BENZECRY, C. (2012), *El fanático de la ópera*, Siglo XXI, Buenos Aires.

Capítulo 4

ESTUDIOS SOBRE LA LECTURA DE LIBROS DE CIRCULACIÓN MASIVA Y PRENSA GRÁFICA

Vanina Papalini y Florencia Rovetto

Un libro es una cosa entre las cosas, un volumen perdido entre los volúmenes que pueblan el indiferente universo, hasta que da con su lector, con el hombre destinado a sus símbolos.

José Luis Borges, Prólogo a la *Biblioteca Personal* (1985: 8).

La invención de Gutenberg ha permitido la producción masiva y la difusión amplia de impresos que no son libros. Esos impresos sin cualidades que no han sobrevivido más que a la duración de su utilidad, han transformado profundamente las prácticas sociales.

Roger Chartier, *El libro y sus poderes (siglos XV-XVIII)* (2009: 29).

Introducción

El objeto de estudio que articula este capítulo tiene una larga tradición investigativa. La recepción literaria es el núcleo de las observaciones empíricas que estimularon el desarrollo de líneas teóricas singulares, tales como los Estudios Culturales, la Hermenéutica y la Estética de la Recepción de la Escuela de Constanza. Es también un tema destacado en las reflexiones semiológicas. Es, en definitiva, un tema que se encabalga entre la sociología de la lectura y la teoría literaria. Así, autores como Richard Hoggart y Raymond Williams, Hans-Georg Gadamer y Paul Ricoeur, Hans Jauss y Wolfgang Iser, Michel de Certeau, Umberto Eco, Louise Rosenblatt y Bernard Lahire, han reflexionado sobre distintos aspectos de la recepción literaria y la lectura. También desde la historia existen contribuciones, como las investigaciones de Carlo Ginzburg y Roger Chartier en torno a las literaturas populares. Sus reflexiones son antecedentes sustantivos de las investigaciones que presentaremos.

La complejidad del panorama de la recepción literaria crece aún más a medida que se incorporan los estudios sobre los lectores de la prensa. Siendo este el más antiguo de los medios masivos, constituye prácticamente la simiente de las investigaciones comunicacionales. Así, el estudio de los públicos de la prensa registra una fecunda producción que abarca más de un siglo: desde los trabajos de Gabriel Tarde y Alexis de Tocqueville a Jürgen Habermas y Stanley Fish.

Recepción literaria

La recepción literaria ha dado lugar a reflexiones que derivaron ulteriormente en dos vertientes: la obra literaria, entendida como hecho estético, habilitó la transposición de teorías al campo de las artes; entendida como una actividad de lectura que incluye la prensa, permitió un acercamiento a la recepción de los medios masivos. Se trata, pues, de un campo que condensa muchos y diversos interrogantes. Quizá sea por esto que, en torno a este tema, se suscitaron varias micro-revoluciones teóricas y una prolífica generación de conceptos. Por ejemplo, la “revolución” de los Estudios Culturales, que nació con la impronta originaria de los estudios literarios, tuvo como referencia empírica la actividad lectora. De igual manera, la Hermenéutica produjo sus primeras teorías al preguntarse por la exégesis de la Biblia. Posteriormente, en la Escuela de Constanza, la Estética de la Recepción se desarrolló en relación a la recepción literaria, interesada por los horizontes de experiencia que modelan la lectura.

Algunas de las rupturas que estas teorías produjeron se plasman en las siguientes tesis:

- **La lectura no implica una “comprensión correcta” sino una interpretación en la que se juegan matrices culturales y sociales.**

Hoggart (1957) hizo uno de los mayores aportes al respecto retratando la cultura de la clase obrera inglesa, que se vio atravesada por la actividad de los medios masivos. Hoggart sostiene que las lecturas de estos sectores se interpretan desde sus contextos de existencia y que estas lecturas no son simplificaciones de una interpretación “cultura” sino que surgen de otra matriz interpretativa.

- **La lectura concebida como práctica ilustrada y de elite ha sido reconceptualizada como una práctica abierta y plural.**

De Certeau (2000) plantea que el “sentido literal” es producto de la institución social, que sobredetermina la relación con el texto. El sentido literal, legítimo, que es determinado por intérpretes privilegiados o “verdaderos” es un efecto de poder. La lectura es considerada en su dimensión de experiencia como movilizadora de emociones y conformadora de la subjetividad.

Si bien hay posiciones que consideran que toda lectura “abre” sentidos insospechados en los textos y que toda recepción es singular, sosteniendo una soberanía absoluta del lector, existen posiciones intermedias. Para Jauss (1987; 2002) la recepción literaria admite una tipificación general; puede tratarse de una recepción asociativa, admirativa, cathártica, simpatética o irónica: la recepción moviliza dimensiones afectivas y cognitivas. Siguiendo esta línea, aunque con una mirada más crítica, Radway (1984), propone que las funciones compensadoras de la lectura pueden servir al mismo tiempo para encontrar un espacio propio. Al analizar la lectura de novelas rosa, Radway encuentra que las amas de casa impugnan a través de esta práctica la posición de “estar en disponibilidad” que supone la tarea doméstica. En el mismo sentido, Petit (2006) considera que ese espacio propio permite articular dimensiones subjetivas y configurar identidades.

- **La lectura no es una práctica limitada al acto mismo de leer ni se prefigura en el escribir sino que es un momento de un circuito sociocultural.**

Escarpit, en *Sociología de la literatura* (1958), propone el estudio de los circuitos creadores-obras-públicos. De manera particular, se interesa por la disposición del lector, su formación escolar, su condición social y su problemática personal. Este bagaje opera de manera tal que hace surgir lecturas diferentes, inclusive, a los sentidos propuestos por el texto.

La lectura no es siempre considerada una actividad individual o individualizante. La asignación de sentidos se ancla en colectivos tales como comunidades y públicos.

A partir de una comprensión de la noción de públicos como grupos de afinidad, Fish (1976) propone la noción de “comunidades interpretativas”. Sus integrantes forman parte de una comunidad lingüística y comparten una cultura, lo que constituye la base de su recíproco entendimiento. Las

comunidades comparten y construyen matrices de interpretación en torno a gustos comunes. Esta noción, muy próxima a la de públicos de Gabriel Tarde (2013), permite comprender que una interpretación no es fruto de la reflexión individual sino que responde a una construcción de sentidos compartida, referida a colectivos sociales.

Públicos lectores de la prensa

Si a la literatura y sus lectores le corresponde una antigua genealogía, no puede decirse menos de los lectores de periódicos. La relación de la prensa moderna –configurada como tal en el siglo XIX– con sus públicos, fue uno de los objetos de reflexión de la monumental obra de Alexis de Tocqueville, *La democracia en América* [1835-1840] (2010). Tocqueville destaca la importancia de las asociaciones, a las que considera claves en el establecimiento de la democracia. Dice:

Entre las leyes que rigen las sociedades humanas, hay una que parece más precisa y más clara que todas las demás. Para que los hombres permanezcan civilizados o lleguen a serlo, es necesario que el arte de asociarse se desarrolle entre ellos y se perfeccione en la misma proporción en que la igualdad de condiciones aumenta (2010: 563).

La conformación de asociaciones, sostiene, depende en gran medida de los periódicos. A diferencia de lo que ocurre con las aristocracias, para cuyos miembros es fácil asociarse ya que cada uno de ellos contribuye con su poderío personal, por lo que el número de miembros no necesita ser elevado, en una nación democrática se requiere de numerosos asociados para que su organización cuente con algún poder.

En los países democráticos [...]; un gran número de hombres que tienen el deseo o la necesidad de asociarse, no pueden hacerlo, porque siendo todos muy pequeños y estando perdidos entre la multitud, no se ven ni saben en dónde encontrarse. Aparece un periódico, que expone a los ojos del público el sentimiento o la idea que se presentó simultáneamente y en forma separada a cada uno de ellos; entonces todos se dirigen hacia esta luz, y aquellos

espíritus vacilantes que se buscaban hacía largo tiempo en las tinieblas, se encuentran al fin y se reúnen. El periódico, después de haberlos reunido, continúa siéndoles necesario para mantenerlos unidos (2010: 564).

La actualidad de esta observación es insoslayable. Para Tocqueville, las asociaciones, que son fundamentales en un estado democrático, necesitan de la prensa. Un siglo y medio después, Luc Boltanski (1993), hablando de la capacidad de los medios como movilizadores de la acción social, señala un requerimiento parecido: para que los espectadores devengan actores y se comprometan con causas sociales, es necesario que formen parte de una red que les permita conocer los acontecimientos, en la que todos los pasajes de información sean posibles. El carácter común de la información es lo que constituye la red. Sin esta condición previa, aquellos que la componen se mantendrían separados y se ignorarían unos a otros; los espacios comunitarios resultarían cerrados y opacos (Boltanski, 1993: 54).

Ambos, pues, coinciden en que la circulación de la información que posibilitan los medios favorece la asociación. Para Tocqueville, esta mutua relación es inversamente proporcional al individualismo: “El diario representa a la asociación y puede decirse que habla a cada uno de sus lectores en nombre de todos los demás; los arrastra con tanta más facilidad cuanto más débiles son individualmente” (2010: 566).

La relación entre individualismo y masificación reaparece en la reflexión de Gabriel Tarde, en los ensayos publicados casi 50 años después de la aparición de la obra de Tocqueville, esto es, entre 1893 y 1899. En su versión castellana, aparecen reunidos en el libro *La opinión y la multitud*. Los dos primeros ensayos, “El público” y “La opinión”, mantienen un estrecho contacto conceptual. Tarde se refiere a estos textos como “fragmentos de psicología colectiva” (2013: 83), como un bosquejo de esta ciencia incipiente y estímulo para investigaciones ulteriores. El enfoque que postula entiende lo social como un producto, como un resultado, y no como un dato, un axioma o un punto de partida que no admita análisis. La sociedad, para Tarde, es el nombre que se da a la relación entre múltiples tipos de relación entre humanos, entre las que destaca siempre las relaciones “espirituales”: relaciones entre ideas, “productos culturales”, elementos simbólicos. Este plano es el que integra y condiciona los restantes: las relaciones “espirituales” contribuyen a la producción de valor (2013: 171).

En cuanto a Le Bon, la diferencia es aún más explícita: el público se define por oposición a la multitud. Mientras que la multitud es una co-presencia, una simultaneidad de los cuerpos reunidos y recíprocamente estimulados, “el público es una comunidad puramente espiritual, como una diseminación de individuos físicamente separados y cuya cohesión es puramente mental” (2013: 85). La formación de públicos, está inextricablemente asociada a la prensa escrita, que permite materialmente esta comunidad mental alimentada sobre todo por la conciencia que se tiene de pertenecer a ella.

“La opinión es al público lo que el alma es al cuerpo” (2013: 126). Tarde distingue tres fuerzas que contribuyen a la creación del valor de las cosas que se oponen y se adaptan de distintas maneras: la tradición, la razón y la opinión (2013: 129). Identifica a la opinión con una fuerza propiamente moderna, puesto que, en tanto depende de la posibilidad de que una idea sea sostenida simultáneamente por un vasto número de individuos sin relaciones de co-presencia, requiere de invenciones como la prensa escrita (2013: 131). Es por ello que, al igual que Tocqueville, considera que la prensa es condición *sine qua non* de las democracias modernas. La fuente más antigua de la opinión, en un sentido laxo, es la conversación privada, a la que Tarde dedica un largo apartado que da cuenta de la peculiaridad de su perspectiva. Este enfoque, desplazado por la preeminencia de la sociología durkheiminiana, establecerá a posteriori un diálogo con la noción de micro-interacciones de la Escuela de Chicago y, contemporáneamente, con la teoría del Actor-Red de Bruno Latour. En estos estudios, se hace visible una concepción de lo social como integración, asociación, unión, es decir un conjunto de relaciones dinámicas, un proceso, y no un hecho.

Acerca del objeto de estudio

El corpus de esta investigación se recorta sobre la producción de las ciencias sociales y ciencias humanas de la Argentina en el período 2000-2012 aunque, a fin de brindar mayor contextualización, recorreremos contribuciones previas que resulten significativas para comprender el estado actual de la investigación. La delimitación del objeto de estudio sobre el que nos concentramos en este capítulo asume y resuelve una de las tensiones ex-

presadas en la extensión inabarcable de los antecedentes. ¿Es igual la recepción de las obras integrantes del canon literario que de la literatura menor,¹ las paraliteraturas,² la prensa y las publicaciones periódicas? Desde el punto de vista del objeto y sus cualidades, la respuesta implicaría determinar qué es la literatura y, como es esperable, las definiciones se multiplican sin que ninguna encuentre unánime aceptación (Eagleton, 1996). Queda implicada, además, la compleja discusión entre arte —representado por la alta literatura— y cultura de masas, desgranada en la multiplicidad de las obras consideradas “paraliterarias”: folletines e historietas, novelas rosa, novelas eróticas, relatos policiales, biografías, *best-sellers* y hasta libros de autoayuda y horóscopos, es decir, todo aquello que puede circular a través de los kioscos,³ incluyendo los textos informativos y de entretenimiento tales como diarios, revistas e investigaciones periodísticas.

En esta investigación, el objeto construido ha seguido el criterio de enfocar la práctica de la lectura de textos impresos o digitales que respondan a una estructura literaria, paraliteraria o de publicación periódica, tomando en cuenta sus *modalidad de producción*, sus *espacios de circulación* —públicos o semipúblicos— y su *alcance*. Así, hemos privilegiado a los públicos por sobre la recepción individual, por lo que las cartas personales y un sinnúmero de escritos privados no son tomados en consideración. Esta decisión implica, en ciernes, una concepción sobre las prácticas y los procesos de interpretación asumidos como sociales y culturales, poniendo el acento, por ello, en la recepción más que en la obra. La modalidad de producción está relacionada con el alcance: nos interesamos por las obras accesibles, que están en circulación.

¹ La literatura menor es, para Deleuze y Guattari (1975), la de un grupo minoritario que se expresa en la lengua dominante. Esta situación se refleja en la desterritorialización de la lengua, la relación con lo político y la obliteración de la individualidad en favor de una enunciación colectiva.

² El término se refiere a los textos escritos no considerados como “literatura” y abarca desde los libros de ficción y novelas comerciales (*best-sellers*), los folletines (*pulp-fiction*) y las historietas. También los libros de géneros tales como la ciencia ficción, la fantasía, la novela rosa, la novela negra o de misterio aun cuando no sean éxitos de ventas, pueden incluirse en este grupo. Se trata de los márgenes del canon (Boyer, 2008).

³ Como veremos, los espacios de circulación participan en la definición de las literaturas y sus lectores.

Planteadas estas distinciones, abordamos el conjunto de los libros considerados como “literatura de circulación masiva” pretendiendo que toda obra literaria, en un sentido general, sea considerada como “literatura”, más allá de su valor estético. Reservamos la denominación de “paraliteraturas” para los folletines e historietas, en donde el elemento diferenciador de la literatura es la ilustración. Finalmente, bajo el rótulo de “publicaciones periódicas” incluimos la prensa y las revistas. Las versiones digitales de estas mismas obras no modifican su denominación. Los textos literarios biográficos incluidos en blogs semipúblicos también ingresan en la categoría “literaturas”.

Hemos excluido la consideración de la lectura en el contexto pedagógico, pues se trata de una circunscripción específica de esta práctica y sus destinatarios no pueden ser entendidos como “públicos”.

Antecedentes teóricos generales

“¡Viva el libro, el instrumento más poderoso en la lucha por la Verdad y la Justicia!” Esta frase bien podría ser contemporánea, sin embargo no lo es, aunque permanezca y forme parte del sentido común de nuestro tiempo. Debemos su creación a Nikolaï Roubakine, nombre del ignorado fundador de la “bibliopsicología”. Este hombre curioso, hijo de una bibliotecaria y simpatizante del socialismo naciente en Rusia, desarrolló su obra en el exilio, en Francia. En 1922, escribe:

Así, una estúpida novela de Ponson du Terrail será quizá de más utilidad a tal o cual lector que una obra de Dostoïevski o de Victor Hugo... Hay lectores a quienes Rocambole [personaje pícaro de las novelas de Ponson du Terrail] es un auxilio más efectivo que León Tolstoi.⁴

⁴ Original en francés: “Ainsi, un stupide roman de Ponson du Terrail... sera peut-être de plus d'utilité à tel ou tel lecteur qu'une œuvre de Dostoïevski ou de Victor Hugo... Il y a des lecteurs à qui Rocambole est d'un secours plus effectif que Léon Tolstoi” (extraído de Blanquet, Marie-France, 2007) [<http://www.cndp.fr/savoirscdi/societe-de-linformation/le-monde-du-livre-et-de-la-presse/histoire-du-livre-et-de-la-ocumentation/biographies/nicolas-roubakine.html>. Acceso: 07/01/2015.]

Roubakine propone que un libro de calidad mediocre puede adquirir más valor para ciertos lectores, que una obra renombrada pero que no le conviene a ese lector, pues en la práctica de la lectura, un lector involucra su personalidad, su manera de ver el mundo y no solamente su intelecto. Para Roubakine, la recepción de una obra se abre a múltiples apropiaciones. El lector es la clave fundamental. Aunque ya olvidada, la bibliopsicología, que se interesaba en el ánimo del lector y en las condiciones concretas en las que se produce la lectura, tuvo influencia cierta en la sociología de la lectura francesa.

En el subcampo de la recepción literaria y la lectura, las perspectivas se multiplican y pueden rastrearse hasta en el *Fedro* de Platón. A fin de trazar un panorama de las tendencias de investigación en la Argentina, ordenamos las referencias teóricas que hemos señalado someramente en la introducción sintetizándolas en cinco grandes corrientes:

a. Hermenéutica, Teoría de la interpretación y Estética de la Recepción (que incluyen la obra de Hans-Georg Gadamer, Paul Ricoeur, Umberto Eco, Hans Jauss y Wolfgang Iser).

b. Sociología de la lectura de línea francesa (integrada por Robert Escarpit, Pierre Bourdieu, Bernard Lahire, Michèle Petit, Michel Peroni, Martine Poulain, entre otros).

c. Sociología de la lectura de la Escuela de Chicago (Douglas Waples, con sus estudios pioneros sobre las bibliotecas, la cultura y la comunicación escritas y la lectura, y Bernard Berelson, interesado en la opinión pública y los efectos de los periódicos sobre sus públicos, forman parte de esta escuela).

d. Escuela de los Anales, Microhistoria, Historia Cultural y Estudios históricos de culturas populares (entre cuyos exponentes ubicamos a Carlo Ginzburg, Karin Littau, Roger Chartier y Robert Darnton).

e. Estudios Culturales (representados por Richard Hoggart, Janice Radway, Stanley Fish, entre otros).

Esta síntesis de las grandes líneas que adhieren a presupuestos teóricos semejantes hace posible identificar las orientaciones preferidas en la investigación social en la Argentina así como observar los caminos menos desarrollados.

Los primeros estudios sobre lectura y circulación masiva en el país

Las primeras aproximaciones sistemáticas al análisis de consumos culturales enfocados en la lectura de libros de circulación masiva y prensa gráfica en el país datan de mediados del siglo XX y reflejan las especificidades histórico-culturales del contexto de producción, tiñéndose al mismo tiempo con las transformaciones experimentadas en el ámbito académico por esos años.

Si hasta ese momento, el análisis social y cultural en la Argentina había estado dominado por la tradición ensayística,⁵ a partir de la década de 1950, de la mano de Gino Germani y con la creación de la carrera de Sociología en la Facultad de Filosofía y Letras de Buenos Aires en 1957, comienza a tener mayor predicamento la concepción que planteaba la necesidad de construir modelos de análisis sistemáticos y rigurosos, respetuosos de los criterios del trabajo científico.

En este contexto podemos situar el temprano trabajo de Adolfo Prieto (1956) sobre el público argentino⁶ y, una década después, los artículos de Jaime Rest (1965; 1967) sobre el impacto que los modernos medios de comunicación ejercieron en la cultura. Ambos autores se ocuparon del problema del público lector desde tradiciones ligadas a la crítica literaria e intentaron reflexionar en torno al desarrollo de la cultura de masas desde una perspectiva próxima a lo que hoy podemos llamar sociología de la cultura.

En el caso de Prieto, se trató de una mirada sobre el consumo de literatura argentina, introduciendo de forma renovada y documentada con datos empíricos la problemática del consumo cultural. Este trabajo se convirtió en un precedente insoslayable de los estudios de recepción a nivel local.

⁵ Al respecto, Grimson y Varela (2002) señalan que “hasta entonces la marca predominante era cierto ensayismo sobre la sociedad de masas cuyo modelo más prestigioso era *La rebelión de las masas* de Ortega y Gasset. *La cabeza de Goliath* (1946), de Ezequiel Martínez Estrada, es uno de los textos más significativos de esta línea producidos en la Argentina, e incluye capítulos críticos sobre la radio y el cine cuyo público reduce a ‘mucamas y porteros’” (p. 153).

⁶ Tanto Rivera (1987) como Grimson y Varela (2002) destacan la relevancia del ensayo de Prieto en tanto pionero en la indagación moderna sobre literatura y sociedad y como antecedente primordial en el análisis de los públicos desde un modelo no comunicacional.

Por su parte, también Rest, como representante de la crítica literaria de los años sesenta, estuvo preocupado por el lugar que ocupan el escritor, su obra y el lector.⁷ Estas tres dimensiones, justamente, fueron totalmente transformadas por la irrupción de la “masividad”, la escritura como bien de consumo y el advenimiento en nuestro país y en el mundo de una cultura de masas. Desde su rol de escritor, el debate sobre la cultura de masas que desde la crítica literaria, la sociología o la psicología de masas se venían desarrollando en las usinas anglófonas de las ciencias humanas, no le fueron ajenas.⁸

Hacia la década de 1980 se producen nuevas síntesis que dividen el campo, una partición que se continúa por más de dos décadas, entre estudios de culturas populares, cultura masiva y literatura. En una de las líneas se enrolan las reflexiones de Aníbal Ford y Jorge Rivera, con posiciones cercanas al populismo; en la otra, las de Beatriz Sarlo y Carlos Altamirano, desde perspectivas marxistas.

Adolfo Prieto (1928)

En el esfuerzo por acercar la crítica literaria a la sociología y darle a su interpretación un estatuto más científico, en *Sociología del público argentino* Prieto se pregunta: ¿para quién se escribe? Y de forma correlativa y complementaria se interroga, ¿existe un público lector en la Argentina?, ¿dónde y de qué modo se suscita el diálogo entre productores y consumidores de cultura, el diálogo esencial que da sentido y peso a la obra de cultura? (Prieto, 1956: 9).

Su interés y esfuerzo teórico se centraron en conectar la literatura con el contexto histórico social y político, haciendo una radiografía del pú-

⁷ Sus trabajos resultan insoslayables, no sólo por lo sus principales postulados, sino por las lecturas e interpretaciones de las que se nutre, razón por la que es considerado como uno de los iniciadores de los Estudios Culturales argentinos (Diviani, 2013).

⁸ A diferencia del texto de Prieto, el ensayo de Rest de 1965 no ancla sus reflexiones a un contexto específicamente local, nacional o regional; más bien apela a las condiciones de la cultura occidental en general y al binomio “literatura–cultura de masas” con referencias explícitas al continente europeo.

blico lector de acuerdo con los estratos sociales y las lecturas frecuentadas. Desde un primer momento, el acento está puesto en el público literario, aunque el autor reconoce que si bien este “no constituye todo el público de las actividades culturales, es el que desplaza mayor volumen y el que se sustenta sobre un más difundido prestigio” (1956: 10).⁹

En su obra, Prieto distingue la existencia de una literatura perteneciente a la alta cultura de otra sub-literatura (o infraliteratura) asociada a la cultura de baja calidad. El análisis de su escrito permite intuir cómo se entendían la producción y el consumo cultural en aquel período. Además, si bien Prieto no logra correrse de la posición y del lenguaje “elitista” que adopta la mayoría de los intelectuales de la época, presenta algunos elementos que marcan una nueva manera de pensar la problemática. Su trabajo puede ser interpretado como una bisagra entre dos momentos de la historia de la producción crítica cultural: uno centrado en los aspectos estilísticos, formales e inmanentes al texto, y otro en el que impera la idea de que la literatura (y la cultura en general) debía ser analizada en su relación con la sociedad y en el marco de un proceso de modernización cultural y movilidad social ascendente (Diviani, 2013).

La apuesta por una investigación sociológica de la literatura argentina fundamentalmente centrada en el público lector, aplicando una metodología de base empírica —como la encuesta realizada por Gino Germani en la década de 1940— ubica a Prieto un paso más allá de la matriz especulativa. El interés en generar vínculos más estrechos entre los escritores argentinos y su público lector lo convence de la necesidad de construir un lenguaje literario que se deshiciera de los formalismos tradicionales. Por último, su inclinación a pensar la cultura de su época ya no en términos de arte sino de espectáculo le permite tener en cuenta, más allá de sus ambivalencias valorativas, no solo los aspectos estilísticos sino también las condiciones de existencia del público lector real.

Según este autor, quienes hasta ese momento se ocuparon de estudiar el universo de la literatura y su historia han preferido indagar a uno solo de sus actores: el escritor, ignorando “la suerte que el libro corrió entre el

⁹ Esta determinación tuvo su continuidad en la impronta con la que Prieto dirigió y supervisó la colección de suplementos *Capítulo: Historia de la literatura argentina* (1967/1968) dirigida a un público amplio de lectores no especializados.

público al que iba dirigido” (Prieto, 1956:48). La irrupción del problema de la recepción, en tanto objeto de análisis, en contextos de masificación del consumo cultural, abre nuevas inquietudes de época y supone la observación de un actor novedoso y poco conocido: el público lector.¹⁰

Frente a ese complejo proceso social, Prieto mantiene una posición ambigua. Por un lado, sostiene una crítica a las ideas apocalípticas que plantean la “decadencia” y “quiebre de la cultura” (o de los marcos tradicionales que la sustentaban) y, por otro, considera que la masificación de la cultura subsume al público en consumidor de “espectáculo”, en tanto “juego que entretiene o divierte con una infinita escala de matices, pero que no afecta el mundo real del espectador” (1956: 10). Aunque expresa una preocupación por el modo en que la literatura desde la década de 1920 comienza a ser asediada por las nuevas formas de entretenimiento —la radio, el cine, la prensa sensacionalista, medios y géneros asociados por el autor a un consumo fácil y poco comprometido— propone lograr una alianza entre el público *real* —ese que aparecía en los datos de Germani— y *el escritor argentino*.

La clave para alcanzar ese acercamiento residía, según reflexiona Prieto en consonancia con Robert Escarpit, en *ajustar las formas de comunicación*, habida cuenta de que el lector no solo aceptaba las reglas de juego establecidas por el escritor sino que, además, imponía sus propias condiciones. A pesar de esta nueva mirada sobre el estatuto del lector, Prieto no desarrolla fórmulas concretas para alcanzar ese entendimiento, sino que, simplemente, sugiere tender a un mayor compromiso con la realidad nacional y al uso de un lenguaje más coloquial. En esta dirección ubica al trabajo de los periodistas como puente de comunicación para acercar la lengua literaria a sus lectores y para captar la atención del público.

¹⁰ Ese actor es el público de clase media, con especial referencia a los espacios urbanos, que Gino Germani había puesto como uno de los sectores más dinámicos de la sociedad en su trabajo sobre la *Estructura social de la Argentina* publicado en 1955, dando cuenta del descenso del analfabetismo, la composición de clase y el acelerado crecimiento de la clase media desde fines del siglo XIX, entre otras cuestiones.

Jaime Rest (1927-1979)

Entrada la década de 1960, la problemática de la cultura de masas es abordada con menos reticencias y, en este nuevo escenario, la preocupación de Rest por el consumo cultural no se asienta en la antigua desconfianza ante los cambios preanunciados.

La producción intelectual de Rest ha sido abordada en los últimos años desde, por lo menos, tres perspectivas de lectura distintas: una centrada en sus estudios de crítica literaria, otra interesada en sus análisis de la cultura popular y de masas, y una tercera que lo ubica en los orígenes de los estudios de comunicación y cultura en la Argentina (Diviani, 2013). Este último aspecto es el que sitúa al autor como uno de los precursores de los Estudios Culturales en el país. Sus referencias a intelectuales como Hoggart y Williams ya en los sesenta lo consagran como portador de ese título (Ford, 1994; Saintout y Ferrante, 2006; Alabarces, 2006). Rest observó con claridad las relaciones entre la cultura, los medios, las tecnologías, la política y la historia social, en un momento histórico de profunda mutación provocada por la emergencia de los medios masivos. Sin embargo, a diferencia de Hoggart y Williams, que abordaron la relación entre sociedad y cultura poniendo el acento en la necesidad de la intervención política desde un horizonte marxista y una concepción antagónica de lo social, Rest descarta el uso de categorías orientadas a analizar el conflicto en el campo cultural.

En su artículo *Alcances literarios de una dicotomía cultural*—que luego será publicado en forma de libro con el nombre *Literatura y cultura de masas*—, Rest comienza preguntándose por los factores que conforman la cultura de masas en el contexto de la posguerra a nivel mundial. Para aproximarse a una respuesta posible enumera los siguientes aspectos:

- el avance de la mecanización ligado al desarrollo científico técnico;
- el aumento del tiempo de ocio, vinculado con el punto anterior;
- la intensificación de la producción y la comercialización de objetos manufacturados, en especial bienes de consumo;
- la democratización de los medios de vida y el crecimiento de las opiniones lectoras.

La tensión entre cultura de masas y “cultura elevada”, noción encomendada a lo largo de todo el ensayo, está presente. Sin embargo, para Rest, la generalización de una cultura de masas parece mostrar ciertas negatividades. Según este autor, las *opiniones no adiestradas* sobre las obras son la parte negativa de una positividad; asimismo, el surgimiento de derechos de sectores mayoritarios –aquí está pensando en los lectores o receptores– propician una estructuración más justa y una distribución más equitativa del bienestar.

Por otra parte, Rest concibe a los medios como simples instrumentos de comunicación cuyas consecuencias dependen de los usos que se les dé. Más allá de estas aseveraciones, que expresan una manera liberal-democrática de interpretar la cultura de masas, lo relevante de su planteo radica en la utilización de bibliografía y el tipo de ejemplos que presenta. Al revisar sus fuentes, sorprende lo actualizado, e incluso adelantado, que se encontraba respecto a la lectura de autores que se fueron conformando como referentes en una etapa posterior, sobre todo luego de 1983. No solo refiere a Hoggart y Williams, sino también a McLuhan, Lowenthal, Benjamin, Adorno, Bell, Shils, MacDonald y Lazarsfeld, entre otros.

La democratización de la cultura de masas se caracteriza por la ambigüedad y no por una visión linealmente negativa de la misma. Así, en consonancia con MacDonald y Shils, intuye que las tecnologías de la comunicación son un medio poderoso para la difusión masiva de la obra de arte y que esto conlleva un efecto educativo democratizador, pero advierte sobre el modelo mercantilista que prevalece en la producción cultural, limitando sus potencialidades (Diviani, 2013). Sobre este aspecto considera la ampliación del “mercado literario” que, de aquí en adelante, va a producir cambios sustanciales en la cultura.¹¹

La tecnología ha creado nuevas perspectivas para la difusión cultural, las que debidamente utilizadas permiten un perceptible adelanto en la educación artística del público; pero, al mismo tiempo, los procedimientos mecánicos de

¹¹ De esta manera, Rest toma una posición clara en el debate entre defensores y críticos de la cultura de masas. Contra las posturas más elitistas adoptaba una perspectiva bastante afín a la de autores como Daniel Bell (1974) o Edwar Shils (1974).

difusión han convertido al arte en una mercancía o en un dispositivo publicitario que debe sacrificar su calidad y autonomía, a fin de satisfacer las aspiraciones multitudinarias (Rest, 2006: 31).

Asimismo, Rest observa una serie de productos culturales que hasta ese momento habían sido ignorados por el campo intelectual —el *comic*, la foto-novela, la radio o la televisión—, no solo para dar cuenta de su difusión masiva y recepción cada vez más amplia, sino también por sus aspectos estéticos y formales. De esta manera, en la medida que la relación entre cultura y sociedad es interpretada desde la historia, es decir, desde el vínculo entre la obra artística constituida a partir de sus propias leyes y la vida social que esta evocaba, su análisis gana en fuerza y sutileza.

También se aprecia una mayor radicalidad al momento de cuestionar las visiones pesimistas con respecto al presente y al porvenir cultural, reivindicando obras y géneros que crean vínculos entre diferentes niveles de cultura —desde *Mafalda* hasta algunos textos de ciencia ficción—. En este punto, Rest, a diferencia de Prieto, se aproxima al aspecto central del problema: el proceso de transformación de los modos de producción y recepción de bienes simbólicos, operados a partir de las tecnologías de comunicación de alcance masivo, es irreversible y hay que intervenir sobre él de algún modo, más allá de las lamentaciones y las dicotomías producidas a nivel local. Quizá por esta mirada, Rest privilegie entablar discusiones con autores extranjeros como Dwight MacDonald, Bernard Rosenberg y David Holbrook, entre otros.

Por otra parte, para Rest, en la relación escritor-público lector, el primero está inmerso en la ampliación del espacio social alfabetizado y, con la cultura de masas como mediadora, escribe para una masa anónima de lectores que, por lo general, son consumidores indiscriminados y menos refinados. Este fenómeno convierte al escritor en una persona independiente (un comerciante que ofrece un producto). Sobre este aspecto, al igual que Prieto, pone el acento en la función periodística, observando que la industria cultural difunde y divulga productos uniformados amoldándose al gusto multitudinario de las clases medias y los sectores populares.

Para Rest, el gusto del consumidor ha sido moldeado irreversiblemente por los *mass media*, produciendo simplificaciones para radio y televisión con predilección de temas que oscilan entre la acción y las aventu-

ras, el sexo, las narraciones románticas y las versiones abreviadas de obras clásicas. Así, justifica la legitimidad de ciertos gustos “en la medida que el consumidor no ha encontrado otra salida desde el momento que la ‘cultura elevada’ se ha especializado y distanciado del público” (2006: 139).

Pensadores peronistas: Jorge Rivera, Eduardo Romano
y Aníbal Ford

Otra mirada sobre la lectura y la recepción, desarrollada a partir de la década de 1970 y asociada al denominado “pensamiento nacional y popular peronista”, cuenta, principalmente, con los aportes de Jorge Rivera, Eduardo Romano y Aníbal Ford para interpretar los fenómenos y prácticas de la cultura popular desde una perspectiva nacional.¹²

En el ya clásico estudio de Rivera *La investigación en comunicación social en Argentina* (1987), se destaca el estudio sistemático de géneros considerados menores, como el folletín, la historieta, el policial y la literatura gauchesca, en una suerte de historia de los márgenes populares de la cultura. Para este autor, el consumo de literatura popular en las primeras décadas del siglo XX, con el éxito del *Martín Fierro* de José Hernández, constituye la expresión cabal del impacto de una publicación de consumo masivo en el país.¹³ A su vez, los folletines gauchescos, que proliferaron a finales del siglo XIX y que perduraron hasta principios del siglo XX, particularmente los de Eduardo Gutiérrez, representan el tipo de literatura popular que la elite ilustrada ignoró y repudió en la época.

Rivera coincide con Prieto en la mirada sobre el “nuevo público” que se gesta a partir de la aparición de este contingente masivo de lectores a finales

¹² Al respecto de la constitución de esta línea interpretativa, Alabarces (2006) plantea como hipótesis que “los estudios sobre cultura popular - en el marco más amplio de los de comunicación y cultura- nacen de una necesidad política, ligada de manera fuerte a la necesidad de incorporar lo popular como tópico” (p. 23) y a poner de manifiesto las limitaciones de los modelos teóricos foráneos (principalmente, los abordajes funcionalistas norteamericanos) para acceder al conocimiento de los procesos y prácticas socioculturales.

¹³ Entre 1872 y 1878 la obra de Hernández, realizada con un rudimentario sistema de impresión y distribución, vendió la cantidad de 48 mil ejemplares en once ediciones, algo que jamás había ocurrido en la Argentina con una obra literaria y que se repitió con la edición de *La vuelta de Martín Fierro* en 1879 (Cattaruzza y Eujanian, 2002).

del XIX y principios del XX, que en su mayoría se concentró en las grandes ciudades. Esto, sumado a los cambios en los modos de participación y actuación política, los avances tecnológicos aplicados a la industria editorial y la creación de cantidades de nuevos periódicos de estilos modernos, transformaría para siempre la manera de hacer periodismo y consumirlo.

Por otra parte, las nuevas lecturas propiciadas por publicaciones ilustradas y periódicas constituyen el andamiaje central de la preguntas de Rivera. Como ejemplo de ello, aborda la paradigmática revista *Caras y Caretas*, pionera de los magazines modernos y deudora de los periódicos satíricos de caricatura como *El Mosquito*. La revista presentó a sus lectores una variedad de contenidos combinando géneros y productos –historietas, viñetas, noticias de actualidad, poesía y cuentos, comentarios críticos y publicidad–, con un estilo que se adecuó a las exigencias del lector, un talante ni “demasiado serio ni demasiado chacotón” (Rivera, 1998: 67).

En cuanto a Aníbal Ford, la temática de la recepción literaria adquiere un sentido particular a partir de la lectura de Antonio Gramsci. Según las transcripciones del dictado de sus clases, Ford subrayaba que para Gramsci, en el lector del folletín estaba el germen de la nueva cultura (en Zarrow, 2012). Luego de la dictadura, este programa se despliega en el estudio de las culturas populares y ofrece una lectura diferente a la del estructuralismo y el marxismo, plasmada paradigmáticamente en *Desde la orilla de la ciencia. Ensayos sobre identidad, cultura y territorio* (Ford, 1987). Este libro no es, evidentemente, un estudio de la recepción, pero puede entenderse como un intento de revalorización de lo popular y de legitimación de sus modos de lectura.

En el derrotero de Ford por el campo de la comunicación, uno de los aportes destacables es la revisión de la teoría de *agenda setting*, para proponer, en consonancia con esta visión activa de la recepción, que los propios actores sociales son capaces de introducir algunos temas en la agenda de los medios (1999).

Pensadores marxianos: Carlos Altamirano y Beatriz Sarlo

Hacia 1983, Carlos Altamirano y Beatriz Sarlo brindan una nueva síntesis de la problemática. *Literatura/Sociedad* se ofrece como el condensado de

una relación cuyos términos “no son dos entidades recíprocamente externas, sino mutuamente implicadas, una relación que varía según los períodos y las culturas” (1983: 8). El trabajo, ubicado en el campo de la sociología de la literatura, se divide en dos partes: “El texto” y “Sujetos e instituciones”, lo que constituye una opción analítica para los autores:

[...] pensamos que la legitimidad de una mirada sociológica sobre la literatura debería demostrarse, en primer lugar, en la trama del texto. Reivindicamos, en la segunda parte, a dos expulsados por la ola crítica de los años sesenta y setenta: el autor y el lector, no como meras funciones textuales, sino también como sujetos sociales cuya actividad es esencial en el proceso literario; y, finalmente, la historia, porque pensamos, con Raymond Williams, que una perspectiva sociológica no puede afirmarse sin afirmar al mismo tiempo la perspectiva histórica (1983: 11).

La segunda parte del libro es objeto de nuestro interés particular. En el apartado dedicado a la consideración del público literario, señalan: “la existencia de lectores es un hecho social, caracterizado por relaciones específicas entre ellos, las obras literarias y un campo cultural, donde se imparten e imponen las destrezas y disposiciones necesarias para la percepción de la literatura” (1983: 192). Siguiendo a Weinrich, identifican nuevamente esta doble vía de acceso al problema: por un lado, considerando las experiencias típicas de los lectores con los métodos empíricos de la sociología de la literatura (para nosotros: sociología de la lectura) pero también describiendo, con los métodos de la interpretación literaria, el rol cumplido en la obra misma: toda obra literaria lleva en sí la imagen de su lector. La primera vía de análisis tiene como referente a Robert Escarpit y la escuela del ILTAM, quienes ponen como eje de sus investigaciones la práctica de la lectura, sus condiciones, disposiciones y requisitos. La segunda entrada, cercana a la noción de lector-modelo, se orienta al registro del lector en el texto literario y su representación lingüística e ideológica.

Ingresan en su consideración también otros factores sociales: para Altamirano y Sarlo, el lector no solo se relaciona con su imagen textual, sino también con el autor, con el texto como obra y con los otros lectores.

La variación de estos tres nexos se origina en las situaciones de escritura y lectura, situaciones socioculturales que pueden registrarse en el texto, pero que también se definen fuera de él. La relación del lector con el autor-emisor está determinada no solo por la imagen del lector sino por la imagen social del autor, por la conciencia de este respecto de su público y por las relaciones institucionales, formales e informales, del campo intelectual. El nexo entre el lector y la obra se define no solo como efecto textual, sino como sistema de convenciones sociales que acompañan y condicionan la situación de lectura: los circuitos culturales, la estratificación del campo intelectual, la comunidad o la ruptura de las expectativas estéticas e ideológicas, la fuerza de imposición o la debilidad de las convenciones (1983: 210-211).

El libro además dedica un largo apartado (“Las teorías de la recepción: apología del lector”, 1983: 215-228) a presentar las teorías de la Estética de la Recepción, con especial desarrollo de las nociones de Hans Jauss.

Estudios cuantitativos

En cuanto a los estudios cuantitativos sobre la lectura, el antecedente destacado es la encuesta coordinada y analizada por Regina Gibaja (1964), presentada en el libro *El público de arte*, que encuentra actualización y continuidad en “Públicos y consumos culturales de Buenos Aires” de Oscar Landi, Ariana Vacchieri y Luis Alberto Quevedo (1990: 42-61). Ambos trabajos se refieren a públicos acotados, pero en el caso de Gibaja, se trata de un grupo muy restringido: el público asistente a la exposición de pintura moderna realizada por el Instituto de Arte Torcuato Di Tella en agosto de 1961 en el Museo Nacional de Bellas Artes. Como la autora lo indica, es “un público altamente seleccionado de los sectores cultos de Buenos Aires” (1964: 7). Gibaja dedica unas pocas páginas a la lectura (38-42) interesándose por el tipo de lectura preferida por estos públicos, dividida según materia, y por la frecuencia de lectura (alta, media, baja) según la percepción del propio encuestado. Las variables con las que compara los resultados son las de educación, sexo y edad.

La investigación de Landi, Vacchieri y Quevedo retoma esta misma clasificación de la lectura de libros por materia. Como peculiaridad de esta

encuesta, intentan excluir de la frecuencia de lectura –ahora medida siguiendo opciones de respuesta pautadas por los investigadores– los libros leídos por “estudio o trabajo”. En esa perspectiva de la lectura asociada al ocio, se interesa también por las paraliteraturas y las publicaciones periódicas, los folletines coleccionables y los suplementos, las revistas y la prensa.

Las conclusiones registran la diferencia de gustos entre los sectores populares y los sectores medios y altos; la menor inversión en información que realizan los menos favorecidos económicamente y la preferencia por las lecturas más “ficcionalizadas” que muestra este mismo grupo. La investigación es tamizada por variables clásicas (sexo, educación y edad) a las que se agregan el nivel socioeconómico, el nivel de participación y el voto. De este modo los investigadores buscan establecer perfiles vinculados a las posiciones económicas y políticas. Si bien la primera variable mostró su fecundidad, la segunda resultó poco significativa.

Investigaciones en Argentina, 2000-2012

Las investigaciones de la última década han sido prohijadas en este clima de ideas y estas lecturas. Como veremos, si bien en muchos estudios se retoman estos enfoques, también emergen innovaciones y se plantean nuevos abordajes. En este apartado exponemos los trabajos más representativos de la última década sobre la literatura de circulación masiva y prensa gráfica, centrados en el problema de los públicos lectores. También describimos algunos con enfoques innovadores y nuevos temas de investigación, como el fenómeno de la lectura *online*.

Literatura de circulación masiva

La categoría “literatura de circulación masiva” que utilizamos para delimitar el objeto de estudio está sustentada en las investigaciones desarrolladas precedentemente, en especial la propuesta por Jaime Rest. Dado que este autor no ofreció una definición precisa, aquí utilizamos la formulada por Vanina Papalini (2008, 2011a, 2011b, 2012a; 2012b) aplicada al estudio

de los públicos lectores (Papalini 2012c; Papalini y Rizo, 2012). La definición de “literatura” pasa de la obra a los circuitos, y de la escritura a los modos de lectura:

[...] nos interesamos por observar los procesos por los cuales [la literatura] resulta de un funcionamiento literario, generado por dispositivos sociales complejos. La literatura es entendida en esta investigación como el efecto de un conjunto de reglas objetivas, de inscripción y de lectura, en un espacio cultural específico.

Partimos del supuesto de que la “cualidad literaria” no es una esencia: desde nuestro enfoque, cualquier texto puede ser leído como literatura y, a la inversa, una obra literaria puede ser leída sin encontrar en sus páginas nada que abone una experiencia estética o sublime (Papalini y Rizo 2012: 119).

En este caso, la definición de “literatura de circulación masiva” que utilizan las autoras se inspira en el uso anglosajón del término *mass literature*, modificado de manera tal que enfatice “la lógica de amplio alcance que rige la producción, la promoción y la distribución de estos bienes, considerando sus dinámicas y circuitos” (Papalini y Rizo, 2012: 125-126). Al recaer sobre los alcances de la circulación, las connotaciones peyorativas del término “masa” –aplicado al consumidor– se desplazan para calificar cuantitativamente su espectro de influencia. Pero también este término se refiere a las literaturas “dominantes” (*mainstream*) en términos de Williams, lo cual supone la introducción de la problemática del poder apuntando a la construcción de hegemonía en sentido gramsciano.

El subcampo de investigación sobre los públicos de literatura de circulación masiva es limitado en términos de investigaciones e investigadores, pero también en términos de los tipos de literatura considerados. Los trabajos se concentran en a) estudios históricos sobre novelas y folletines; b) recepción y circulación de historietas; c) lectura, sociabilidad y prácticas culturales de aficionados jóvenes, enfocando especialmente ciertos fenómenos culturales, como los fanáticos de Harry Potter o el manga-anime; d) lectores de libros de autoayuda. En el primer grupo observamos la presencia de una tradición fundada en la Historia Cultural o Escuela de los Anales y los Estudios Culturales. Aparecen también, frecuentemente, enfoques bourdieuanos. Finalmente, identificamos un conjunto de explo-

raciones teórico-metodológicas que traman las nociones de subjetividad, experiencia de lectura y performance, deudoras de los trabajos de Michèle Petit y distintos autores postestructuralistas. El enfoque etnográfico, especialmente en las investigaciones asociadas al mundo juvenil, y la escasez de literatura previa, conducen a investigaciones predominantemente descriptivas.

Novelas y folletines en la historia argentina

En *La dorada garra de la lectura*, Susana Zanetti examina una serie de novelas, cartas y documentos para comprender el modo en que se configuraron los lectores a lo largo de los siglos XIX y XX en la literatura latinoamericana. A pesar de que tal consideración surge fundamentalmente de la lectura de las obras analizadas, al estilo de la perspectiva del “lector modelo”, el libro se aproxima a la orientación trazada por Roger Chartier, ubicándose en el campo de la historia social de la literatura latinoamericana. El camino elegido por Zanetti va de la literatura a la reconstrucción histórica, lo cual implica un componente de ficcionalización. Su contribución al estudio de los públicos lectores de novela en América Latina resulta de la contextualización bien documentada en la que se basa: analiza la función que cumple el libro en la cultura latinoamericana; su relación con las políticas de alfabetización, de escolarización y la conformación de las naciones; el papel de la censura; la industria editorial, las librerías y la creación de bibliotecas y la participación de la imprenta en la historia latinoamericana. La autora también se propone reconstruir el imaginario cultural de América Latina, estableciendo convergencias entre historia social y literatura. La obra también describe diferentes épocas y costumbres que se suceden a lo largo del siglo XIX y el siglo XX.

Centrándose en la Argentina, Alejandro Parada explora el clima de lectura de principios de siglo XX en el Río de la Plata.¹⁴ En *Cuando los*

¹⁴ Parada ha trabajado en esta línea desde sus publicaciones anteriores: *El mundo del libro y de la lectura durante la época de Rivadavia: una aproximación a través de los avisos de la Gaceta Mercantil (1823-1828)*, 1998; *De la biblioteca particular a la biblioteca pública: libros, lectores y pensamiento bibliotecario en los orígenes de la Biblioteca Pública de Buenos Aires, 1779-1812*, 2002; *El orden y la memoria en la Librería de Duportail Hermanos: un*

lectores nos susurran: libros, lecturas, bibliotecas, sociedad y prácticas editoriales en la Argentina (2007) realiza una búsqueda de escenarios de lectura mediante el relevamiento de huellas, marcas o vestigios dejados por los lectores de otros tiempos, para iluminar los usos que hicieron de los libros, los espacios en los que se movieron, cómo desplegaron sus prácticas y modalidades de lectura, al tiempo que observa los vínculos que establecieron con la cultura impresa. De manera explícita, Parada parte de una perspectiva vinculada a los estudios de historia cultural y el mundo del libro. Inspirado en los estudios impulsados por Roger Chartier, Robert Darnton, Peter Burke, Carlo Ginzburg y Armando Petrucci –continuadores del trabajo de la Escuela de los Annales en Francia– propone detenerse en “las maneras sociales de apropiación del universo impreso por parte de los lectores” (2007: 86).

Los documentos y archivos, avisos en la prensa, catálogos editoriales y comerciales, registros de donaciones e inventarios de bibliotecas particulares y públicas son las fuentes de la investigación. Estas le permiten describir y comprender el movimiento libresco, los escenarios de lectura, los ámbitos de circulación del libro, su distribución y proyección en relación con los públicos emergentes. También releva apuntes manuscritos en los márgenes de los libros de antiguos lectores y la repercusión de las primeras imágenes publicitarias de catálogos comerciales de comienzos del siglo XX, junto con las inscripciones urbanas (carteles, avisos funerarios, recibos, etc.) en la ciudad modernizada, que llegaban a lectores poco, o medianamente alfabetizados.

Este trabajo procura ir más allá de las determinaciones cuantitativas arrojadas por encuestas y sondeos sobre hábitos de lectura, apostando a la interpretación cualitativa e incluso a la imaginación histórica para recrear el recorrido material que –a finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX– pudo haber hecho un libro desde el momento en que fue desembarcado en un cajón que lo traía de Europa por encargo a las orillas del Río de la Plata, hasta ser colocado en el estante de la biblioteca particular de un lector probablemente culto o erudito, atento a las novedades librescas internacionales (2007: 98).

catálogo porteño de 1829, 2005a; y *Bibliografía cervantina editada en la Argentina: una primera aproximación*, 2005b.

Al observar las características del contexto, Parada distingue y clasifica tres grandes modalidades de lectura: *la lectura institucional, la mundana y la doméstica* y advierte la convivencia de distintos tipos de escritura –la manuscrita y la impresa– en un período de modernización y apertura tecnológica. También aborda la temática de la recepción, las lecturas y las reimpressiones, ofreciendo una reflexión aguda sobre la autoría como fenómeno inseparable de las prácticas lectoras: “al cambiar los usos de la lectura se trastocan los procedimientos editoriales, y viceversa, de ahí que la elaboración de un libro, aunque encasillada en una historicidad específica, es una expresión cosificada de las diferentes técnicas de apropiación por parte de los lectores” (2007: 218).

Un recorrido semejante realiza Hebe Molina, retomando los aportes de Parada, en “Vaivenes de la novela argentina: Entre la teoría, la escritura y la recepción” (2008). Bajo un enfoque historiográfico, caracteriza la aparición y recepción de novelas y folletines hacia mediados del siglo XIX.

La investigación de Javier Planas, en sincronía con el enfoque histórico de Parada, explora las relaciones entre las mujeres y las bibliotecas populares entre 1870 y 1890 en la Argentina. La investigación tiene la doble peculiaridad de ocuparse de las bibliotecas populares –cuya historia se vincula con movimientos cooperativistas, anarquistas y socialistas en Argentina– y de las lectoras, en una perspectiva generizada. Mediante el análisis de documentos históricos, Planas revela que durante la primera mitad de la década de 1870 estos espacios fueron propicios para la inclusión de lectoras. No se limita, en este punto, a considerar a las bibliotecas como espacio de lectura sino que explora las posibilidades que brindan a las mujeres para sus intervenciones autoriales y políticas. Según Planas, hacia inicios del siglo XX esta prometedora apertura se restringió progresivamente: por un lado, porque las bibliotecas disminuyeron cuantitativamente; por otro, porque la cultura letrada percibió en la lectura, un factor de potenciales subversiones y corrupción espiritual. En este clima, las lectoras se volvieron sistemáticamente objeto de sospechas.

"Multiplicidad integrada": paraliteraturas y sociabilidad juvenil

La investigación de Paula Cuestas (2012) sobre los lectores de Harry Potter cuestiona la calidad de "paraliterario" otorgada a serie de libros de Harry Potter, de J.K. Rowling. Además, se aparta del abordaje bourdeano, considerándolo reduccionista y elige una perspectiva que vincula la lectura con la conformación de subjetividad, como lo hace Michèle Petit. Desde este enfoque, aborda de manera amplia la relación que mantienen los "fanáticos" –definidos en el sentido que Benzecry (2012) lo hace para los aficionados a la ópera– de Harry Potter con la lectura. Investiga también las sociabilidades que se establecen en torno a la saga y sus personajes, en la forma de clubes, reuniones, juegos e intercambios diversos. Para esto, reconstruye la trayectoria vital de algunos miembros y ex miembros del Club de Lectores de Harry Potter en la Argentina.

En un sentido semejante, María Cecilia Díaz, que se interesa por los aficionados al *manga* y *anime* (su investigación aparece mencionada también en el capítulo correspondiente al público de Artes) indaga en la práctica llamada "*cosplay*", que se efectúa en el marco de las fiestas de *anime*. Este es un aspecto particular de una investigación más amplia que describe e interpreta los mundos del *anime* y el *manga* en Córdoba dentro de una perspectiva de estudio más amplia enfocada a las subjetividades y las prácticas juveniles. Al igual que lo que ocurre en el caso del Club de Harry Potter, es difícil encuadrar estas prácticas según su soporte (libros, revistas, películas, clubes, videojuegos, fiestas), ya que todo ello constituye lo que Papalini llama una "multiplicidad integrada" (2011b; 2012b). La práctica del *cosplay* consiste en la caracterización por medio de disfraces de algún personaje del *manga*, el *anime* y los videojuegos. Díaz se pregunta: ¿qué implica hacer *cosplay*?, ¿a qué valores se asocia?, ¿de qué sentidos se invisten los cuerpos cuando esto ocurre? Su perspectiva, básicamente etnográfica, se apoya también en los estudios de performance, entendiendo el *cosplay* en el marco de las prácticas de la cultura *fan* (*fan culture*), como modo de relación entre cuerpo e imagen a través del disfraz, como un acto creativo mediante el cual los sujetos devienen en personajes, dicen algo de sí mismos y se posicionan en relación con el mundo y la cultura. La metodología incluye la realización de entrevistas, la observación participante y el análisis documental de revistas y fanzines.

Con una perspectiva discursivista propia de las ciencias humanas y abonando los estudios sobre juventudes, Susana Gómez (2004) dedica un capítulo de su libro *Los infinitivos de la lectura: Discursividad e identidades en la juventud argentina de los '90*, a las prácticas de lectura, interesándose en las competencias para “hacer un lector” y de cómo el leer se vuelve un hacer. Desde un espacio disciplinar parecido, aunque con otra perspectiva, María Luisa Miretti (2004) analiza la recepción de la literatura infantojuvenil desde la perspectiva de la estética de la recepción, inspirándose especialmente en la obra de Hans Jauss.

Historieta

Aunque los estudios de historieta tienen larga tradición en la Argentina—sus orígenes se remontan a Oscar Massotta—, los estudios sobre su recepción son novedosos. Se destacan las investigaciones de Sebastián Gago, quien abordó sucesivamente cuestiones relativas a la producción y difusión de la historieta, su significación y su factura estética y finalmente, su recepción, concentrándose en las tiras de Héctor Oesterheld y de Robin Wood. En el marco del equipo de investigación Estudio y Crítica de la Historieta Argentina, con sede en la Universidad Nacional de Córdoba, Gago se interesa la dimensión política en las lecturas realizadas por distintas generaciones de lectores de las historietas argentinas *El Eternauta* y *Nippur de Lagash*. Aborda para esto ciertas condiciones que marcan los sentidos construidos en la recepción: la trayectoria de actividad política del individuo, el momento histórico de la lectura, los procesos de socialización lectora y el trayecto consagrador de las historietas estudiadas. Teniendo como orientación básica la teoría de Pierre Bourdieu, pero complementándola con los aportes de Roger Chartier, Joëlle Bahloul y Stuart Hall, Gago describe la recepción, el receptor y su trayectoria, su ambiente y sus circunstancias, que modelan el valor de uso del bien cultural y la forma de leer sus contenidos. También toma en cuenta las posiciones en la estructura social y los contextos de las vidas cotidianas de los lectores, por su significación para la recepción de historietas clásicas, la generacional. Complementa este panorama con un análisis de los cambios editoriales y el estado de los campos histórico y político. Algunas conclusiones de

su trabajo señalan que las interpretaciones de las historietas presentan marcas significativas de ciertas condiciones de recepción relacionadas con los discursos hegemónicos actuales sobre los autores y sus obras, no solo en las nuevas generaciones de lectores sino también en los lectores de etapas anteriores. A partir de ese dato, Gago sostiene que existe una estrecha relación entre el proceso de consagración y canonización del autor y de parte de su obra y un conjunto de sentidos manifestados en la recepción de sus títulos más reconocidos, vinculados a la contemporaneidad política y social.

Libros de autoayuda

En este grupo, ubicamos las investigaciones de Vanina Papalini y Valeria Rizo ya referidas. Tomando como caso característico de la literatura dominante a los libros de autoayuda, las autoras abordan la configuración de sus públicos, diferenciando los modos de recepción típicos de manera tal que les permiten construir algunas continuidades en las interpretaciones del género. Los públicos son abordados en términos de comunidades interpretativas, dado que comparten lecturas y modos de apropiación contruidos colectivamente. Se apoyan en la línea teórica de Tarde y Fish para comprender la actividad de la recepción en una sociedad mediatizada y democrática.

En relación a la lectura, la perspectiva de la Estética de la Recepción permite señalar que en la lectura, el texto se abre como un espacio de indeterminación (Iser, 1987) donde la imaginación y la interpretación singular dan lugar a representaciones mentales diversas. Este lector no se ubica en el vacío, sino que, tomando las nociones de Jaus (1987; 1992), de “horizontes de expectativas” y de “horizontes de experiencia”, en ese acto se conjugan, dialécticamente, el sujeto con su época, su sociedad y sus grupos de referencia: las matrices interpretativas surgen de colectivos más pequeños, que comparten aficiones, experiencias y prácticas simbólicas (Fish, 1976; Varela, 1999).

La dimensión empírica de la investigación expone que los miembros de estas comunidades comparten un mismo “anclaje de sentido” (Barthes, 1995), participan de una constelación de significaciones comunes y estable-

cen configuraciones similares a partir de las significaciones presentes en una obra. Dicha estructuración compartida está vinculada al horizonte de experiencia. La conformación de las comunidades interpretativas se comprende en el terreno; aun cuando puedan ser prefiguradas socialmente en las estrategias que proponen las industrias culturales, su consumación está en tensión con los presupuestos de la producción. El “resultado” es diverso, plural y parcialmente indeterminado (Papalini y Rizo, 2012: 127-130).

El trabajo de campo comienza por el momento de la producción y la distribución, que articula entrevistas a editores y libreros, releva notas e informes publicados en revistas especializadas y analiza estadísticas de las cámaras y organizaciones vinculadas a la industria editorial. El segundo momento se concentra en la circulación y la recepción; a través de un abordaje etnográfico, las investigadoras observan la configuración de los públicos en puntos de ventas, librerías, ferias del libro y foros virtuales de aficionados. En estos espacios contactan a los informantes con quienes realizan entrevistas en profundidad. La etapa de campo se completa con observaciones sin participación en espacios de reunión de los lectores.

Papalini y Rizo identifican algunos nudos significativos que organizan los sentidos y diferencian modos de recepción “típicos”, elaborando una clasificación no exhaustiva. Las autoras plantean que las comunidades interpretativas pueden aglutinarse a través de la participación en otro tipo de prácticas, ya sean virtuales o de copresencia física: la lectura de circulación masiva constituye públicos y propicia actividades de sociabilización y “puesta en común”. Las prácticas varían según la comunidad interpretativa de la que se trate. En todos los casos, la obra opera como un punto de condensación de una red de relaciones múltiples de intercambio simbólico donde las significaciones se traman con otras actividades compartidas. Todos los lectores entrevistados intercambian sus lecturas y tejen sus interpretaciones al calor de sus prácticas actuales y pasadas, sus diálogos y sus vivencias. Al situar la lectura como parte de la vida cotidiana, las autoras ponen de manifiesto sus diversas formas y usos.

Esta investigación aporta elementos para sostener que la lectura no constituye un fenómeno individual, ni definido desde las “gramáticas de producción”, aunque estas, sin duda, juegan un papel relevante. Finalmente, sostienen que no existe una deriva absoluta en la producción de sentidos y que, en cambio, las tramas y circuitos en los que los lectores se

insertan van conformando las constelaciones de significaciones compartidas (Papalini y Rizo, 2012: 137-139).

También pertenecen a este segmento las etnografías de Pablo Semán sobre los lectores de Paulo Coelho; Semán busca establecer las relaciones entre religiosidad y los libros de Coelho. En “Retrato de un lector de Paulo Coelho” analiza el caso de Edilson, habitante de la favela Rocinha, en Río de Janeiro. El lector cuya trayectoria se estudia interpreta *El Alquimista* en relación con sus preocupaciones vitales: el compromiso con los sueños personales, las ganas de mejorar y la eficacia de las fuerzas espirituales en su vida. En este trabajo, Semán sostiene que las apropiaciones y lecturas de la novela de Coelho constituyeron fuerzas operantes en la elaboración de la trayectoria personal del lector. El análisis describe las condiciones de emergencia de “neolectores” entre los sectores populares, recuperando las prácticas de lectura de Edilson como caso emblemático. En cuanto a la experiencia subjetiva en relación con estos libros, Semán examina las formas de ciertas “altero-interpretaciones” del mundo que se habilita a través de dicha lectura, aunque sin asomarse a los textos referidos por su informante.

De manera análoga, en “Entre Pentecostés y Babel. El caso de Paulo Coelho y sus lectores”, se interesa por tres lectores de Coelho de distintos sectores socioeconómicos y distinta nacionalidad –Edilson, ya mencionado; Giulia, estudiante de medicina italiana y Graciela, una bibliotecaria argentina–, como ejemplos de modos de creer y de leer que no dependen de tales condiciones. En este caso, Semán considera las diferentes bibliotecas, los circuitos de acceso a los libros, las trayectorias y las experiencias de lectura. Al igual que en el texto anterior, los elementos que los casos proveen remiten a la discusión de las relaciones entre literatura y religión. Además de las entrevistas, su investigación se basa en archivos documentales y una encuesta aplicada en las Ferias del Libro de Río de Janeiro y Buenos Aires en 2001.

Prensa gráfica

Para la búsqueda de antecedentes de los estudios de recepción de la prensa, hay que remontarse a la tradición de la medición de audiencias de la Mass Communication Research, en especial el Lazarsfeld-Stanton Program

Analyzer. Si bien Lazarsfeld se dedicó en particular a las audiencias de radio, este método es aplicado a la medición de audiencias de revistas y periódicos. En Argentina, este tipo de investigaciones llegaron de la mano de Gino Germani y se multiplicaron en investigaciones privadas y públicas. Algunas recopilaciones fundamentales de información sobre las audiencias quedaron contenidas en *Parent las rotativas*, de Carlos Ulanovsky (1996) y *Medios de comunicación y cultura popular*, de Aníbal Ford, Jorge Rivera y Eduardo Romano (1990).

Los trabajos sobre la lectura de prensa gráfica pueden centrarse en el público de un medio en particular o en un segmento del público con alguna característica en común. Dentro del primer grupo se ubica la investigación de Carlos Avilés Rodilla, consagrada a los lectores del diario *Pregón* de Jujuy (2010). Avilés realizó 30 entrevistas a lectores habituales del periódico, de edades comprendidas entre 21 y 65 años, pertenecientes a la población económicamente activa, que leen el diario tres o más veces por semana. Casi el 75% de los entrevistados percibieron que el diario no tiene libertad de información o bien posee un ejercicio parcializado o limitado de autonomía, especialmente en temáticas delicadas o que afectan a determinados sectores políticos y/o económicos. El investigador tipifica la percepción de carencia de libertad de información como Restricciones e Intereses Políticos, Restricciones e Intereses Económicos y Restricciones Internas sobre los Periodistas. La investigación no tematiza especialmente la lectura y está en línea con los estudios de audiencia clásicos.

La investigación de Edgardo Carniglia, en cambio, releva un segmento de público específico –los productores agropecuarios responsables de las llamadas explotaciones familiares– como lectores de la prensa agraria. La perspectiva corresponde al paradigma culturalista; el estudio parte de un conocimiento situado de estos actores y sus problemáticas. Al examinar cómo se configura el público de la comunicación rural, Carniglia identifica cuáles son los usos que los lectores le dan a las publicaciones especializadas. Ellas les sirven para: 1) conocer aspectos actuales de la política agrícola; 2) establecer lineamientos generales para las actividades productivas más o menos inmediatas; 3) discutir cuestiones agrícolas con familiares, amigos, colegas, dirigentes, profesionales y otros actores; 4) identificar equipamiento tecnológico, suministros y procesos compatibles con su explotación; 5) informarse sobre los precios de la producción; y

6) fijar posiciones sobre a la situación de la agricultura en la economía local y nacional. En el marco de un proceso de transformación de las explotaciones familiares rurales asociadas a la profundización del capitalismo en la agricultura y la incipiente mediatización de la vida rural argentina, los agricultores familiares del sur de Córdoba construyen, en la recepción de la prensa local y nacional, representaciones convergentes y divergentes con sus estrategias de expansión, mantenimiento y retracción socio-productivas. Carniglia rastrea lo que Stuart Hall identifica como “tipos de recepción” (indiferente, dominante, oposicional o negociada).

Historia de medios y públicos

Al igual que lo que ocurre con la lectura, objeto de abordajes historiográficos, también la conformación de públicos resulta relevante. La lectura de estos procesos, influida por la obra de Habermas (1981), establece relaciones analíticas entre públicos de prensa, ciudadanía, alfabetización y modernización. En esta línea, Adriana Amado problematiza la relación entre la conformación del público lector de la prensa argentina y la constitución de ciudadanía. Repasa la conformación de una prensa popular y de circulación masiva, así como también la incorporación de nuevos lectores. Señala que, en la Argentina, el crecimiento demográfico de los sectores medios en el período 1869-1914 fue acompañado por una sustancial reducción del analfabetismo, lo que posibilitó la conformación de un mercado importante para los productos editoriales masivos. El crecimiento de las empresas periodísticas y la diversificación de la pauta publicitaria, indica, propiciaron la independencia del periodismo, desplazando los patronazgos políticos. “Se consolida así la doble categoría de lector como ciudadano, ávido de información, y como consumidor de anuncios publicitarios” (1981: 244). A través de un estudio de la circulación que registran en el año 2000 los diarios más importantes del país emplazados en grandes conglomerados urbanos, concluye que tanto en términos de circulación como en relación la cantidad de creaciones, el ritmo del siglo XIX no se ha equiparado en el siglo XX, cuando se consolidó el proceso de modernización.

Públicos lectores

En los abordajes genéricos de los públicos, se expresan alternativas a su segmentación y abordaje, que en general orbitan en torno a factores sociodemográficos. La mayor parte de estas investigaciones están inspiradas en la sociología de la lectura de tradición francesa; siguen los interrogantes y las políticas de organismos internacionales como la UNESCO (que, desde 2000, apoya en la Argentina una Cátedra UNESCO para la Lectura y Escritura, con el objetivo de lograr el mejoramiento de la Calidad y Equidad de la Educación en América Latina) y proponen mediciones locales que sean comparables con datos internacionales. A nivel regional, el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC) compila estadísticas regionales de los distintos momentos asociados a la lectura: producción, circulación, consumo y recepción. En la Argentina, la Cámara Argentina del Libro (asociada al CERLALC) promueve investigaciones de este tipo, replica las encuestas regionales y recopila informes sobre el tema.

Investigaciones cuantitativas sobre la lectura

A modo de ejemplo, ya que es un tipo de investigación muy frecuente que se replica en numerosos lugares del país, puede consultarse el trabajo de Alejandra Ravettino Destefanis (2012), quien realiza una investigación cuantitativa en torno a las prácticas de lectura y consumo de libros. Durante junio-julio de 2012 se distribuyó un cuestionario auto administrado estructurado a estudiantes de niveles terciario y universitario de Buenos Aires, obteniendo una muestra no probabilística e intencional conformada por 206 casos. Los resultados fueron comparados con el informe de la CERLALC (2008) basado en la Encuesta Nacional de Lectura (2001). Los participantes fueron interrogados en relación a las motivaciones de la lectura (gusto, estudio o trabajo), la frecuencia e intensidad lectora, las razones de la no lectura, la preferencia de soporte de lectura (papel o digital), la compra de libros y otras formas de acceso, los canales de compra, el peso de las recomendaciones, el tipo de lectura preferido y los títulos de los últimos libros leídos por placer. Estas investigaciones, típicamente, permiten establecer conclusiones acotadas en términos de productividad

teórica –dadas las limitaciones de los cuestionarios estructurados– y, en este caso, también restringida en cuanto a su alcance y posibilidad de generalización, teniendo en cuenta el perfil de la población abordada y la circunscripción geográfica limitada a Buenos Aires.

En un sentido parecido, la investigación “Los jóvenes y la lectura” (2007), aborda también a los estudiantes universitarios, en esta caso ingresantes a la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. La investigación indagó sobre el supuesto del constante descenso en el interés por la lectura en los argentinos, tesis que se desprende de una encuesta sobre consumos culturales realizada por la Secretaría de Medios de Comunicación de la Nación y supervisada por el INDEC en 2005. Según este sondeo, el 52% de los argentinos no leyó un libro durante 2004. Sin embargo, en la investigación de Belinche y equipo se postula que esa cifra general y abstracta subsume las particularidades de los diversos sectores sociales que componen el universo lector, cuya complejidad debe ser estudiada desde diversas variables. Las encuestas, realizadas en 2006 y 2007, arrojaron como resultado un incremento en el nivel de lectura (en 2006, el 67% dijo haber leído de 1 a 5 libros, mientras que en 2007 ese porcentaje ascendió a 72%). Asimismo, se verificó que el 66% de la población observada dedica entre 1 y 3 horas diarias a la lectura. Estos resultados permiten concluir que los jóvenes no se alejaron completamente de los libros sino que tienen otra manera de relacionarse con la lectura que está en estrecha relación con el contexto en el cual se producen las prácticas culturales.

Lectura *on line*

Aunque hemos dedicado un capítulo completo a las investigaciones relativas a las tecnologías de la información y la comunicación, aquí damos cuenta de algunas de ellas que tematizan específicamente la lectura de textos digitales y de prensa *on line*.

Lectura y conocimiento

La lectura en la pantalla es un tema que, en este campo, es contemplado a través de la lente de las operaciones cognitivas. La anunciada –y no realizada– “muerte del libro” dio paso a la pregunta acuciante por las formas que cobra la práctica de la lectura en Internet. Algunas investigaciones, como la de Francisco Albarello (2011), ensayan respuestas: su trabajo se basa en datos recogidos en una encuesta, en entrevistas cualitativas y en registros de sesiones de navegación en Internet. Albarello describe en forma detallada las estrategias de lectura que utilizan jóvenes y adultos en la pantalla, las herramientas que emplean y las dificultades que encuentran para leer *on line*. La investigación compara los hábitos de lectura en Internet y fuera de ella de los adultos y los adolescentes, en tanto representantes de los “inmigrantes” y los “nativos” digitales, respectivamente. El autor sostiene que existen continuidades entre la lectura *on line* y las formas de lectura en papel, aunque ambas actividades posean características distintivas. En particular, destaca algunos rasgos propios de la lectura *on line* como la interactividad y la multitarea.

Con una preocupación centrada en las diferencias que la lectura *on line* plantea en las estrategias de alfabetización, Marta Moyano y Jorge Silva (2005) reconstruyen históricamente el impacto social del uso de la tecnología en la producción escrita, tanto la prensa como el libro, cuya expansión fue correlativa a la alfabetización y la escolarización. El libro constituyó por siglos el eje central de un paradigma de comunicación de conocimientos, en el que existía una relación entre el avance intelectual, el progreso de la lectura y la edad. Este modelo comunicativo y de lectura entra en crisis con la aparición de nuevas tecnologías que modifican la práctica de la lectura. Los autores apuntan a asumir estas modificaciones y plantear un nuevo escenario caracterizado como un ecosistema comunicativo –con un descentramiento del libro– para el que resulta necesario un nuevo tipo de alfabetización. En este sentido, el centro de su interés está en elucidar el impacto de las nuevas tecnologías en las prácticas alfabetizadoras.

Consumos culturales y prensa *on line*

Un nuevo espacio de investigación, correlativo al periodismo digital, se despliega en relación con los públicos. Así, la investigación de Natalia Raimondo Anselmino *La prensa online y su público. Un estudio de los espacios de intervención y participación del lector en Clarín y La Nación* aborda el vínculo entre diario y el lector en los periódicos *on line*, a partir del estudio de los espacios de intervención y participación del lector presentes en los diarios digitales argentinos *Clarín* y *La Nación*. La investigadora se propone explorar muchos de los espacios de interacción que habilita la plataforma digital y que modifican la relación de los públicos con la noticia; por ello, analiza todas las instancias de un diario *on line* en donde se cristaliza, materializa o manifiesta la actividad del lector –cartas de lectores, foros, rankings de notas más leídas, encuestas, comentarios, blogs–, las que, según sostiene, son hoy centrales para pensar el lazo que une a la prensa digital con su público.

El despliegue del universo digital determina nuevas formas culturales. Claudia Kozak, Juan Pascual, Gustavo Pizzio, Leandro Drivet y Milagros Argenti se interesan por la cultura tecnoaudiovisual de los jóvenes universitarios del Litoral. El análisis de medios gráficos y audiovisuales de circulación masiva dirigidos a jóvenes en las décadas de 1990 y 2000 es contrastado con los resultados de una encuesta realizada a nivel local, aplicada entre jóvenes universitarios de las ciudades de Paraná y Santa Fe. El resultado da cuenta del peso que ha tenido, entre los jóvenes, la cultura audiovisual electrónica en la conformación de particulares concepciones de la literatura. El trabajo consta de dos partes: la primera aborda los suplementos juveniles de diarios nacionales y del Litoral, y la segunda analiza una encuesta de 300 casos sobre consumos culturales juveniles en la región. La interpretación de los datos que se obtienen de las encuestas a los jóvenes que leen (de un universo donde los jóvenes mayoritariamente no leen) arroja, en cuanto a concepciones de literatura, resultados que cuestionan los presupuestos que circulan habitualmente en torno de las relaciones culturas jóvenes-cultura letrada-cultura audiovisual. Se señala que, en un contexto en el que los jóvenes no leen, cuando lo hacen, solo acceden a un canon literario conservador que no cuestiona las categorías comprometidas en las reflexiones sobre el estatuto del arte, de la obra, del autor, de la

política, etc. Observan así que los jóvenes universitarios parecen haber quedado atrapados en un vacío en relación con las posibilidades de hacer suya una idea de literatura como “transformadora de lo dado”: entre un régimen de las artes “anticuado” o “conservador” –anclado en los años sesenta–, y la imposibilidad de avanzar sobre las “nuevas ecologías culturales”, que aún desconocen.

Perspectivas innovadoras

Novela rosa

El género rosa ha sido abordado desde perspectivas sociocríticas y en relación a los estudios de género. Con antecedentes importantes tales como “Buenos libros, malas lectoras: la enfermedad moral de las mujeres en las novelas del siglo XIX”, la relación de la lectura con la condición femenina encuentra en este género una expresión sobresaliente. Dice Nora Catelli al respecto: “El problema de la posición femenina en la lectura del siglo XIX no es la frecuentación exclusiva de folletines, melodramas y novelones. Al contrario, lo que parece suceder es que, leída por las mujeres, toda la Literatura –religiosa, laica, clásica– se convierte en folletín” (1995: 126). En clave de discurso y género se publica también *El discurso amoroso. Tensiones en torno a la condición humana* de Adriana Boria, que también trabaja sobre novelas del siglo XIX. La actualización del género emerge tímidamente, en algunas investigaciones recientes (Barroso, 2012). Pero la pregunta por las lectoras contemporáneas es aún muy poco trabajada; el tipo de interrogante se desplazó en la década de 1990 a la telenovela, aunque los éxitos editoriales de un género recreado en su vinculación con la historia o con un erotismo explícito permiten prever un crecimiento de este subcampo.

Un trabajo innovador en este sentido es “La novela rosa contemporánea: el caso de las lectoras de Florencia Bonelli” de Emanuel Niño. La investigación utiliza estrategias metodológicas diversas: realiza una primera entrada a campo a través de la consulta de diversos foros en Internet (la página de Florencia Bonelli en Facebook y otras como vinculadas a los personajes de sus novelas o a distintos grupos de aficionadas). Tomando

contacto con las lectoras a partir de esta interacción, Niño realiza entrevistas en profundidad a cuatro casos contrastados, a fin de comprender si las matrices de interpretación se modifican según la situación afectiva (con o sin pareja), la edad o el nivel de estudios. También obtiene información de un cuestionario estructurado que ponen en circulación en estos mismos sitios web. Complementa el material con observaciones no participantes en conferencias y presentaciones de Bonelli. Sus presupuestos teóricos están orientados por Janice Radway, aunque también integra su marco conceptual la Escuela de Constanza.

Este trabajo es marginal en relación al tema abordado, la recepción de literatura rosa, pero también por los espacios de la investigación en los que busca, encuentra y dialoga con las lectoras.

Conclusiones

El análisis expuesto permite arribar a algunas conclusiones.

a. La lectura es una práctica que, en términos de investigación, está fundamentalmente asociada a las literaturas y la prensa. En el primer caso, la experiencia de la lectura es ocasionalmente objeto de profundización; la práctica recibe predominantemente un enfoque histórico, mientras que en el segundo caso, su investigación se asocia más fuertemente a la producción y por tanto a los mensajes de la prensa, resultando escasamente problematizada la recepción misma.

b. El estudio de los públicos de literatura de circulación masiva es infrecuente, en tanto que los lectores de literatura canónica rara vez son estudiados en términos de “públicos” o abordados como lectores empíricos; en general son inferidos a partir de elementos inmanentes a las obras mismas. El abordaje del tipo “lector modelo” queda, consecuentemente, del lado de la crítica literaria o el análisis del discurso.

c. Los estudios cuantitativos sobre la lectura siguen las premisas teórico-metodológicas de la sociología de la lectura de tradición francesa y de los grandes organismos internacionales abocados a la problemática de la lectura. Las revisiones críticas que surgieron dentro de las mismas escuelas no han logrado permear estas investigaciones, que replican una concepción implícita de cultura legítima. Conceptos tales como el de “poco lector” o el de

“gran lector” (categorías que se definen en relación con la cantidad de libros leídos en un año) siguen siendo utilizados en las investigaciones argentinas, aun cuando haya recibido objeciones teóricas tales como: ¿qué entienden los lectores cuando se les pregunta cuántos “libros” ha leído? La crítica señala que generalmente contestan contabilizando la lectura de los libros “confesables”, omitiendo una parte importante de las literaturas de circulación masiva que consumen.

En términos de perspectivas metodológicas, podemos señalar que existen aún pocas investigaciones volcadas a los lectores empíricos desde abordajes cualitativos y, cuando esto sucede, se refieren a la lectura de prensa y publicaciones periódicas más que a la lectura de libros. Las metodologías cuantitativas son, en la mayor parte de los casos, replicadas, en lugar de ser recreadas. Si bien es cierto que existe así mayor comparabilidad entre casos y la posibilidad de trazar evoluciones y tendencias, también se hace evidente, a través de la información que ofrecen las investigaciones que trabajan en profundidad (investigaciones de caso, teóricas, cualitativas, históricas), las limitaciones y el sesgo que conlleva cierta forma de recopilar información.

En cuanto a los abordajes teóricos, la producción existente se nutre prioritariamente de Estudios Culturales, Escuela de los Anales y Escuela Francesa, mientras que la Hermenéutica y la Estética de la Recepción son referencias inusuales. La Escuela de Chicago no aparece como línea investigativa de preferencia, aun cuando la metodología de los grupos focales propuesta por Waples podría agregar riqueza a las estrategias empíricas de construcción de información.

Los centros de investigación ubicados en Córdoba, Rosario, Río Cuarto y Jujuy desarrollan incipientes tradiciones, cada una referida a un universo particular: literatura de circulación masiva, lectura *on line* y lectores de medios locales, respectivamente. En Buenos Aires y la región metropolitana se concentra la producción sobre historia social de la lectura e historia de públicos de prensa, mientras que los estudios cuantitativos de alcance local están diseminados en todo el país.

Por último, interesa destacar que la categoría de “consumo” en general se aplica poco y, sobre todo, en investigaciones generales que incluyen otras prácticas culturales. La lectura parece desafiar esta definición. La experiencia de la lectura revela dimensiones subjetivas que hacen dudar de la

fertilidad del concepto para explicar tanto los usos como las resonancias cognitivas, afectivas y sociales que la práctica entreaña.

Referencias bibliográficas

- ACOSTA GÓMEZ, L. (1989), *El lector y la obra: Teoría de la recepción literaria*, Gredos, Madrid.
- ALABARCES, P. (2006), “Un destino sudamericano. La invención de los estudios sobre cultura popular en la Argentina”, *Revista Argentina de Comunicación*, N° 1, pp. 23-42.
- BAHLOUL, J. (2002 [1998]), *Lecturas precarias. Estudio sociológico sobre los “poco lectores”*, Fondo de Cultura Económica, México.
- BARTHES, R. (1995), *Lo obvio y lo obtuso*, Barcelona, Paidós.
- BELL, D. (1974), “Modernidad y sociedad de masas: variedad de las experiencias culturales”, en AA.VV., *Industria cultural y sociedad de masas*, Monte Ávila Editor, Caracas, pp. 15-65.
- BENZECRY, C. (2012), *El fanático de la ópera*, Siglo XXI, Buenos Aires.
- BERELSON, B. y JANOWITZ, M. (1950), *Reader in Public Opinion and Communication*, The Free Press, Glencoe (Illinois).
- BLANQUET, M.-F. (2007), Roubakine Nikolai, *Savoirs CDI*. Recuperado de <http://www.cndp.fr/savoircdi/societe-de-linformation/le-monde-du-livre-et-de-la-presse/histoire-du-livre-et-de-la-documentation/biographies/nico-las-roubakine.html>.
- BOLTANSKI, L. (1993), *La souffrance à distance*, Métailié, París.
- BORGES, J.L. (1985), Prólogo a la *Biblioteca Personal*, Hyspamérica, Buenos Aires.
- BOYER, A.-M. (2008), *Les paralittératures*, Armand Colin, París.
- CATTARUZZA, A. y EUJANIAN, A. (2002), «Del éxito popular a la canonización estatal del Martín Fierro», *Prisma* N° 6, pp. 97-122.
- CHARTIER, R. (2009), *El libro y sus poderes (siglos XV-XVIII)*, Universidad de Antioquía, Medellín.
- CHARTIER, R. y CUE, A. (ed.) (2000), *Cultura escrita, literatura e historia: coacciones transgredidas y libertades restringidas: conversaciones de Roger Chartier con Carlos Aguirre Anaya, Jesús Anaya Rosique, Daniel Goldin y Antonio Saborit*, Fondo de Cultura Económica, México.
- DARNTON, R. (2010), *Las razones del libro*, Trama, Madrid.

- DE CERTEAU, M. (2000), *La invención de lo cotidiano. 1. Artes de Hacer*, Universidad Iberoamericana, México.
- DELAVENAY, É. (1974), “Por el libro. La UNESCO y su programa”, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, París. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001378/137836so.pdf>.
- DELEUZE, G. y GUATTARI, F. (1975), *Kafka, por una literatura menor*, Era, México.
- DIVIANI, R. (2013), “La formación de los estudios de comunicación en Argentina. Intelectuales y medios masivos en los años sesenta-setenta”, Tesis de doctorado para la obtención del título de Doctor en Comunicación Social, Facultad de Ciencia Política y RR II de la Universidad Nacional de Rosario, Rosario.
- DONNAT, O. (2004), “Encuestas sobre el comportamiento de lectura. Cuestiones de método”, en LAHIRE, B. (comp.), *Sociología de la lectura*, Gedisa, Barcelona, pp. 59-84.
- EAGLETON, T. (1996 [1983]), *Una introducción a la teoría literaria*, Fondo de Cultura Económica, México.
- ECO, U. (1987), *Lector in fabula*, Lumen, Barcelona.
- (1998), *Los límites a la interpretación*, Lumen, Barcelona.
- (2010), “Internet es idiota, como Funes el memorioso, entrevista”, diario *Perfil*, Buenos Aires, 6 de junio. Recuperado de <http://www.gacemail.com.ar/notas.php?idnota=15872>.
- ESCARPIT, R. (1958), *Sociologie de la littérature*, Presses Universitaires de France, París.
- FISH, S. (1976), “Interpreting the ‘Variorum’”, *Critical Inquiry*, N° 3 (2), pp. 465-485.
- FORD, A. (1987), *Desde la orilla de la ciencia. Ensayos sobre identidad, cultura y territorio*, Puntosur, Buenos Aires.
- (1994), *Navegaciones. Comunicación, Cultura y crisis*, Amorrortu, Buenos Aires.
- (1999), *La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea*, Norma, Buenos Aires.
- FORD, A., RIVERA, J. y ROMANO, E. (1990), *Medios de comunicación y cultura popular*, Legasa, Buenos Aires.
- GADAMER, H.-G. (1977), *Verdad y método Tomo I*, Ediciones Sígueme, Salamanca.

- GERMANI, G. (1955), *El estructura social de la Argentina. Análisis estadístico*, Raigal, Buenos Aires.
- GIBAJA, R. (1964), *El público de arte: encuesta en el Museo Nacional de Bellas Artes*, Eudeba, Buenos Aires.
- GINZBURG, C. (1981 [1976]), *El queso y los gusanos*, Muchnik, Barcelona.
- GRIMSON, A. y VARELA, M. (2002), “Culturas populares, recepción y política. Genealogías de los estudios de comunicación y cultura en la Argentina”, en MATO, D. (coord.), *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*, CLACSO y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela, Caracas, pp. 153-166.
- HABERMAS, J. (1981 [1962]), *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación de la vida pública*, Gustavo Gili, Barcelona.
- HALL, S. (1980), “Encoding and Decoding”, en LOWE, A. y TILLIS, P. (eds.), *Culture, Media & Lenguaje*, Hutchinson, Londres, pp. 128-138.
- HOGGART, R. (1957), *The Uses of Literacy*, Transaction Publishers, Londres.
- ISER, W. (1987), “El proceso de lectura: enfoque fenomenológico”, en MAYORAL, J.A. (comp.), *Estética de la recepción*, Arco, Madrid, pp. 215-243.
- JAUSS, H. (1987), “El lector como instancia de una nueva historia de la literatura”, en MAYORAL, J.A. (ed.), *Estética de la recepción*, Arco, Madrid, pp. 59-85.
- (1992), *Experiencia estética y hermenéutica literari*, Madrid, Taurus.
- (2002), *Pequeña apología de la experiencia estética*, Paidós, I.C.E./Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona.
- LAHIRE, B. (2004), “Conclusión. Del consumo cultural a las formas de la experiencia literaria”, en LAHIRE, B. (comp.), *Sociología de la lectura*, Gedisa, Barcelona, pp. 179-197.
- LANDI, O., VACCHIERI A. y QUEVEDO L. (1990), *Públicos y consumos culturales*, CEDES, Buenos Aires.
- LITTAU, K. (2008), *Teorías de la lectura*, Manantial, Buenos Aires.
- MARTÍNEZ ESTRADA, E. (1946 [1940]), *La cabeza de Goliat: Microscopía de Buenos Aires*, EMECE, Buenos Aires.
- ORTEGA Y GASSET, J. (1999 [1939]), *La rebelión de las masas*, Espasa, Madrid.
- PARADA, A. (2007), *Cuando los lectores nos susurran: libros, lecturas, bibliotecas, sociedad y prácticas editoriales en la Argentina*, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas, Buenos Aires.
- PERONI, M. (2003 [1988]), *Historias de lectura. Trayectorias de vida y de lectura*, Fondo de Cultura Económica, México.

- PETTIT, M. (2001), *Lecturas: del espacio íntimo al espacio público*, Fondo de Cultura Económica, México.
- (2008), *L'art de lire ou comment résister à l'adversité*, Belin, París.
- (2006), *Lecturas: del espacio íntimo al espacio público*, Fondo de Cultura Económica, México.
- POULAIN, M. (2004), “Entre preocupaciones sociales e investigación científica: el desarrollo de sociologías de la lectura en Francia en el siglo XX”, en LAHIRE, B. (comp.), *Sociología de la lectura*, Gedisa, Barcelona, pp. 17-57.
- PRIETO, A. (1956), *La sociología del público argentino*, Leviatán, Buenos Aires.
- RADWAY, J. (1984), *Reading the Romance*, The University of North Carolina Press, Carolina del Norte.
- REST, J. (1967), *La novela tradicional*, Centro Editor de América Latina, Buenos Aires.
- (2006 [1965]), *Arte, literatura y cultura popular*, Norma, Buenos Aires.
- RICŒUR, P. (1987), *Tiempo y narración I*, Ediciones Cristiandad, Madrid.
- RIVERA, J. (1987), *La investigación en comunicación social en Argentina*, Puntosur, Buenos Aires.
- (1998), *El escritor y la industria cultural*, Atuel, Buenos Aires.
- RIVERA, J. y FORD, A. (1987 [1976]), “Los medios masivos de comunicación en la Argentina”, en FORD, A., RIVERA, J. y ROMANO, E. (eds.), *Medios de Comunicación y cultura popular*, Legasa, Buenos Aires, pp. 24-45.
- (2005 [1969]), “Notas sobre dependencia y cultura de masas”, en FORD, A., *30 años después, Política, comunicación y cultura*, Universidad Nacional de la Plata, La Plata, pp. 171-193.
- ROSENBLATT, L. (2002), *La literatura como exploración*, Fondo de Cultura Económica, México.
- SAINTOUT, F. y FERRANTE, N. (2006) (comps.), *¿Y la recepción? Balance crítico de los estudios sobre el público*, La Crujía, Buenos Aires.
- SHILS, E. (1974), “La sociedad de masas y su cultura”, en AA.VV., *Industria cultural y sociedad de masas*, Monte Ávila Editora, Caracas.
- TARDE, G. (2013 [1904]), *La opinión y la multitud*, Urbanita, Buenos Aires.
- TOCQUEVILLE, Alexis de [1835-1840], *La democracia en América*, Traducción de la 12ª edición, *Archivo sociológico*. Recuperado de <https://archivosociologico.files.wordpress.com/2009/08/tocqueville-alexis-de-la-democracia-en-america.pdf>.

- ULANOVSKY, C. (1996), *Paren las rotativas*, Espasa, Buenos Aires.
- VARELA, M. (1999), “De las culturas populares a las comunidades interpretativas”, *Diálogos de la comunicación*, N° 56, pp. 92-103.
- WAPLES, D. (1936), *The Library*, University of Chicago Press, Chicago.
- WAPLES, D, y BERELSON, B, (1941), *Public Communications and Public Opinions*, University of Chicago, Chicago.
- WAPLES, D., BERELSON, B., y BRADSHAW, F. (1940), *What Reading Does to People: A Summary of Evidence on the Social Effects of Reading and a Statement of Problems for Research*, University of Chicago Press, Chicago.
- WILLIAMS, R, (1980), *Marxismo y literatura*, Península, Barcelona.
- (1981), *Sociología de la cultura*, Paidós, Barcelona.
- ZAROWSKY, M. (2012), “Vanguardia, comunicación y populismo: itinerario intelectual de Aníbal Ford”, en *actas de VII Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de La Plata*, “Argentina en el escenario latinoamericano actual: debates desde las ciencias sociales”, UNLP, La Plata. Recuperado de <http://jornadassociologia.fahce.unlp.edu.ar>.

Corpus analizado

Literatura de circulación masiva

- CUESTAS, P. (2012), “CHP. Mi mágico mundo. Una nueva mirada sobre los fanáticos de Harry Potter”, en *VII Jornadas de Sociología de la UNLP*. Recuperado de <http://jornadassociologia.fahce.unlp.edu.ar/actas/Cuestas.pdf>.
- DÍAZ, M.C. (2010), “¿De qué te cosplayeaste? La práctica del *cosplay* entre jóvenes en Córdoba”, en *VI Jornadas de Investigación en Antropología Social*, Buenos Aires.
- GAGO, S. (2014), “Lectura y política: una aproximación a las historietas de Héctor Oesterheld y de Robin Wood desde la recepción”, *Domínios da Imagem*, N° 8, pp. 44-71.
- GÓMEZ, S. (2004), *Los infinitivos de la lectura: Discursividad e identidades en la juventud argentina de los '90*, Editorial de la Facultad de Filosofía y Humanidades/Universitas, Córdoba.
- MIRETTI, M. L. (2004), *La literatura para niños y jóvenes. El análisis de la recepción en producciones literarias*, Homo Sapiens, Rosario.

- MOLINA, H. (2008), "Vaivenes de la novela argentina: Entre la teoría, la escritura y la recepción", *Decimonónica*, N° 5(2), pp. 33-48.
- PAPALINI, V. (2008), "La autoayuda: un género de la literatura masiva", en *XII Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación*. Recuperado de <http://www.redcomunicacion.org/memorias/pdf/2008Paponencia%20papalini,%20vanina%20ok.pdf>.
- (2011a), "Literatura de circulación masiva y cine: una exploración de la cultura desde los géneros narrativos", en *XV Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación*. Recuperado de http://www.redcomunicacion.org/memorias/p_jornadas_a.php?idj=3. ISSN: 1852-0308.
- (2011b), "Literatura masiva, las marcas de la mundialización en las culturas nacionales", *Análisi. Quaderns de comunicació i cultura*, N° 43, pp. 73-87.
- (2012a), "Las lecciones de los lectores. A propósito de la recepción literaria", *Álabe. Revista de Investigación sobre lectura y escritura*, N° 6, pp. 1-21.
- (2012b), "La literatura masiva como circuito comunicacional", en *XVI Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación*, "Transformaciones de lo público entre la diversidad y la desigualdad". Recuperado de http://www.redcomunicacion.org/memorias/p_jornadas_a.php?idj=3. ISSN: 1852-0308.
- (2012c), "Aproximaciones a los modos de leer. Sobre la lectura como experiencia, como práctica y como herramienta", en *VII Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de La Plata*. Recuperado de <http://jornadassociologia.fahce.unlp.edu.ar/search?Subject%3Alist=Mesa39>.
- PAPALINI, V. y RIZO, V. (2012), "Literatura de circulación masiva, de la producción a la recepción. El caso de los lectores de autoayuda", *Cadernos de Linguagem e Sociedade*, 13 (2): 117-142.
- PARADA, A. (1998), *El mundo del libro y de la lectura durante la época de Rivadavia: una aproximación a través de los avisos de la Gaceta Mercantil (1823-1828)*, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas, Facultad de Filosofía y Letras, Buenos Aires.
- (2002), *De la biblioteca particular a la biblioteca pública: libros, lectores y pensamiento bibliotecario en los orígenes de la Biblioteca Pública de Buenos Aires, 1779-1812*, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas, Facultad de Filosofía y Letras, Buenos Aires.
- (2005a), *El orden y la memoria en la Librería de Duportail Hermanos: un catálogo porteño de 1829*, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas, Facultad de Filosofía y Letras, Buenos Aires.

- (2005b), *Bibliografía cervantina editada en la Argentina: una primera aproximación*, Academia Argentina de Letras, Buenos Aires.
- (2007), *Cuando los lectores nos susurran: libros, lecturas, bibliotecas, sociedad y prácticas editoriales en la Argentina*, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas, Facultad de Filosofía y Letras, Buenos Aires.
- PLANAS, J. (2013), “Lectoras, autoras y bibliotecarias: presencias y ausencias de las mujeres en las bibliotecas populares de la Argentina (1870-1890)”, en *II Jornadas de Intercambio y Reflexión acerca de la Investigación en Bibliotecología*. Recuperado de <http://jornadabibliotecologia.fahce.unlp.edu.ar/jornadas-2013/actas-2013/planas.pdf>.
- SEMÁN, P. (2006), “Entre Pentecostés y Babel. El caso de Paulo Coelho y sus lectores”, en SEMÁN, P. (ed.), *Bajo Continuo*, Gorla, Buenos Aires, pp. 111-137.
- (2007), “Retrato de un lector de Paulo Coelho”, en GRIMSON, A. (comp.), *Cultura y neoliberalismo*, Clacso, Buenos Aires, pp. 137-150.
- VON SPRECHER, R. y GAGO, S. (2012), “Campo de la historieta argentina: competencias por posicionamientos, canonización y recepción”, *Antíteses*, N° 5 (9), pp. 329-350.
- ZANETTI, S. (2002), *La dorada garra de la lectura. Lectoras y lectores de novela en América Latina*, Beatriz Viterbo, Rosario.

Prensa Gráfica

- AMADO SUÁREZ, A. (2004), “Medios modernos: lectores-consumidores y ciudadanos”, *Oficios terrestres*, N° 15-16, pp. 242-236.
- AVILÉS RODILLA, C. (2010), “La mirada recelosa. La percepción del lector sobre la libertad de información en el diario pregón de Jujuy”, *Questión*, N° 25. Recuperado de <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/905/806>.
- CARNIGLIA, E. (2013), “Enclaves and Dilemmas of Rural Communication. Family Farmers and the Agricultural Press”, *Journal of Latin American Communication Research*, N° 3 (1), pp. 103-127.
- (2010), “Sobre la constitución de un público. El agricultor familiar como lector de prensa agraria”, *Revista argentina de comunicación*, N° 4-5, pp. 97-218.
- LEONA, P. (2008), “Lectores y Oyentes”, *Cuadernos críticos de Comunicación y Cultura*, N° 4, pp. 77-86.

Públicos lectores

- BELINCHE, M., MANCCINI, G., VIÑAS, R., DÍAZ, C., JUÁREZ, M.F. y ALTAMIRANO, L. (2007), "Lectura, jóvenes y universidad", *Question*, N° 16. Recuperado de <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/455/379>.
- RAVETTINO DESTEFANIS, A. (2012), "Prácticas de lectura. Acerca del placer y la literatura en jóvenes adultos estudiantes", en *VII Jornadas de Sociología de la UNLP*. Recuperado de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/31544/Documento_completo.pdf?sequence=1.

Lectura on line

- ALBARELLO, F. (2011), *Leer/navegar en Internet: las formas de lectura en la computadora*, La Crujía, Buenos Aires.
- KOZAK, C., PASCUAL, J., PIZZIO, G. y otros (2012). "Jóvenes, cultura letrada y cultura tecnoaudiovisual. De los suplementos para jóvenes de los diarios a los consumos culturales de jóvenes universitarios del litoral argentino", *Ciencia, Docencia y Tecnología*, N° 2. Recuperado de <http://www.revistacdyt.uner.edu.ar/suplemento/wp-content/uploads/file/vol2n2/3104.pdf>.
- MOYANO, M. y SILVA, J. (2005), "Nuevas tecnologías y su relación con la lectura y la escritura", *Alternativas*, N° 40-41, pp. 175-184.
- RAIMONDO ANSELMINO, N. (2012), *La prensa online y su público. Un estudio de los espacios de intervención y participación del lector en Clarín y La Nación*, Teseo, Buenos Aires.

Perspectivas innovadoras

- BARROSO, S. (2012), "Identidades e identificaciones generizadas: análisis de la construcción textual en la Novela Histórico – Sentimental Argentina", *Cronía. Revista de Investigación de la Facultad de Ciencias Humanas*, N° 8, pp. 183-199.
- BORIA, A. (2012), *El discurso amoroso. Tensiones en torno a la condición humana*, Comunicarte, Córdoba.

- CATELLI, N. (1995), "Buenos libros, malas lectoras: la enfermedad moral de las mujeres en las novelas del siglo XIX", *Lectora: revista de dones i textualitat*, N° 1, pp. 121-133.
- NIÑO, E. (2012), "La novela rosa contemporánea: el caso de las lectoras de Florencia Bonelli", Trabajo final de la licenciatura en Letras, Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba.

CONSUMO Y RECEPCIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN

Mabel Grillo y Soledad Segura

Introducción

El estudio del papel de los medios en la vida social tiene tanta historia como los medios mismos y como las tecnologías que les sirvieron de soporte. Cuando a mediados del siglo XV se comenzó a popularizar la imprenta que posibilitaba la reproducción mecánica de los textos, ya se debatía acerca de sus efectos sobre la población. Lo mismo ocurrió cuando aparecieron las primeras publicaciones periódicas y, más aún, cuando a mediados del siglo XX surgió la radio y luego, la televisión. Así, desde que en el año 1833 se publicara el primer diario y a mediados del siglo XX la radio apelara a los sentimientos nacionales en la Segunda Guerra Mundial, pasando por el año 1990, cuando la televisión transmitió a todo el mundo en vivo la Guerra del Golfo y luego, en el siglo XXI, convergieran de mil modos con las TIC, los medios y sus sucesivas transformaciones tecnológicas constituyen tópicos que despiertan la atención y el interés de los investigadores de las ciencias sociales. Se dice que cuando se estudian los medios de comunicación, la preocupación central siempre son sus efectos sobre los públicos. Aun cuando se admita que esto es así, las investigaciones sobre los medios pueden caracterizarse por focalizar su interés en dimensiones y componentes diferentes del circuito comunicacional. Un modo bastante común de clasificar estos estudios es hacerlo según si atienden a la esfera de la producción, a la de los mensajes, contenidos y programaciones que emiten los medios o a sus públicos, audiencias y receptores. Las investigaciones sobre los públicos de los medios generalmente giran sobre la recepción y el consumo de contenidos específicos o de la programación en general, así como de las modalidades que siguen estas prácticas y de sus condiciones y contextos.

Si bien los primeros estudios giraron sobre los efectos de los medios, en general, sosteniendo la idea de su poder ilimitado, con el tiempo se fueron gestando diversas perspectivas teóricas que dieron un papel más activo a los integrantes de sus públicos. En este cambio de paradigma intervinieron diversos factores entre los cuales pueden citarse: las transformaciones tecnológicas, la evolución de formato y de estilo de programación que siguieron los medios –orientada a captar disposiciones y expectativas de sus públicos–, la progresiva competencia de los receptores en su interacción con los medios y, también, los propios desplazamientos teóricos de las ciencias sociales. Con respecto a este último factor, los sistemas explicativos de la acción social pasaron de privilegiar las determinaciones funcionales, estructurales, históricas o sistémicas en sus explicaciones a centrarlas en las capacidades y el potencial creativo o de resistencia de los actores sociales. Así, luego de las primeras teorías de los efectos ilimitados de los medios, sostenidas a mediados del siglo XX, casi en el mismo período y progresivamente se registraron desplazamientos teóricos que giraron hacia las audiencias y los integrantes del público. Primeramente, difundieron perspectivas de análisis que dieron peso a diferentes dimensiones de la interacción mediática disminuyendo así la capacidad explicativa del poder de los medios. Y, en las últimas décadas del siglo pasado, con debates y polémicas que aún siguen sin saldarse, se consolidaron perspectivas que pusieron el acento en la capacidad interpretativa de los receptores y se denominan genéricamente teorías de la recepción.¹

En la Argentina, en los primeros años de la década de 1970 ya se propusieron ideas que abonan esa concepción desde perspectivas diversas. De esta manera, llegada la década de 1980 la recepción como objeto de estudio ya se había instalado como tema de debate en los estudios sobre los medios.²

¹ Hay abundante material referido a la historia de las teorías sobre los medios de comunicación. Se pueden consultar De Fleur y Ball-Rokeach, 1982; Mc Quail, 1983; Stevenson, 1998; Marafioti, 2005; Mattelart y Mattelart, 2005.

² Generalmente se toman como referencias de esta emergencia del receptor en la producción nacional debates entre autores como Schmucler, Mattelart, Piccini, Verón, Rivera, entre otros, publicados en las revistas del período: *Lenguajes, Comunicación y cultura y Crisis*. (Véase Grimson y Varela, 1998: 49-68.)

También, como se dijo en la introducción de este libro, en América Latina hay una extensa producción en el estudio de los medios, la recepción y el consumo, en las últimas décadas del siglo pasado. Rápidamente se pueden identificar a Jesús Martín Barbero y a Néstor García Canclini como dos de los autores más destacados y que dejaron huellas en las investigaciones realizadas en la región sobre estos tópicos, en ese período hasta la actualidad. En líneas generales, se puede decir que la influencia de García Canclini fue mayor en aquellos trabajos que estudian específicamente los públicos desde la perspectiva del consumo. Este autor trabajó desde una mirada socio-antropológica, nutrida especialmente por los aportes de Pierre Bourdieu, desde la cual el consumo es una práctica cultural de diferenciación y distinción entre clases y grupos. Por su parte los aportes de Barbero fueron más notorios en los trabajos que se ocupan de los clivajes culturales de los procesos de comunicación. Con su concepto de mediaciones este autor procuró mostrar la complejidad del proceso interactivo que se establece entre medios y públicos en el marco de las culturas locales como fuentes de imaginación y resistencia de los públicos.

Como antecedente de los estudios actuales sobre los públicos específicos de la televisión no pueden ignorarse los trabajos de una serie de autores identificados con los Estudios Culturales ingleses como David Morley, Roger Silverstone e Ien Ang, entre otros.³ La fusión de algunas premisas teóricas, epistemológicas y cierta visión positiva sobre el trabajo empírico en el estudio de las audiencias y los públicos, propias de esta corriente académica, con las preocupaciones y desarrollos teóricos de numerosos autores latinoamericanos condujo a una amplia y reconocida producción de estudios en la región y en nuestro país. Como dicen Grimson y Varela los Estudios Culturales británicos fueron una opción interesante para algunas incipientes búsquedas de autores latinoamericanos que querían comprender a las audiencias evitando tanto las versiones althusserianas como las corrientes americanas que acentúan la libertad de los receptores (1999: 17).

Entre las primeras obras escritas en la Argentina sobre el público de la televisión indudablemente deben citarse dos trabajos de Landi *Mirando*

³ Las obras seguramente más difundidas sobre los públicos de televisión son *Televisión, audiencias & cultural studies* de David Morley (1992) y *Consuming Technologies*, compilación de Roger Silverstone y Hirsch (1992).

las noticias (1987) y especialmente, *Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente, qué hace la gente con la televisión* (1992). En este último trabajo, el autor critica decididamente las explicaciones que descuentan la homogénea pasividad de los receptores. Sus argumentaciones no avalan solamente la capacidad creativa de los integrantes del público sino, también, su potencialidad para orientar los contenidos y los formatos del medio. Los debates sobre los estudios acerca de la televisión y sus públicos, incluido el que origina este texto de Landi, son desarrollados en el texto compilado por Grimson y Varela, *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre la televisión*, publicado en 1999. Esta obra es uno de los antecedentes más importantes para los estudios posteriores sobre la televisión y sus públicos por su amplio recorrido sobre tópicos centrales de interés como son: la evolución de los estudios sobre los medios y en particular sobre la televisión en la Argentina, el papel de las teorías de la recepción, la significación política de sus comienzos y sus desplazamientos, los estudios de consumo en América Latina y, como se ha referido, también el papel importante de los Estudios Culturales ingleses en la producción local y regional. En el capítulo dedicado a revisar las principales aproximaciones teóricas a los medios y a la televisión en particular, los autores marcan la ausencia de reflexión necesaria sobre algunas cuestiones clave entre las que se encuentra el papel de los medios en el espacio público. Sostienen que los usos instrumentales que pueden hacerse *trayendo a los medios* al espacio público a veces significan logros prácticos en las luchas de grupos sociales en conflicto (ídem: 41).⁴ Observan una cuestión metodológica como es la necesidad de superar la tendencia a identificar como mecanicismo todo intento de vincular la clase con las operaciones hermenéuticas de los receptores. Al mismo tiempo, notan que al tenor de “la época teórica” se ha cambiado la clase por el género o la etnia por lo cual se sigue trabajando con un criterio monocausal. Como se verá más adelante,

⁴ Las tesis de María Teresa Milani (2009), *La participación del público en los medios, entre la construcción de espacios y el encuentro con otros*, y de Carlos Rusconi (2009), *El noticiero televisivo como nuevo espacio público*, realizadas en el marco de la Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea, del Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba, presentadas diez años después de esta sugerencia, siguen esta línea de trabajo.

cuando se analice la producción más reciente, algunos de estos problemas no han sido superados.

Comparada con la televisión, la radio como objeto de investigación a escala internacional no ha tenido la misma y sostenida dedicación e interés. Los primeros estudios que repetidamente se citan referidos a los públicos de radio son los de Lazarsfeld, realizados a mediados del siglo pasado en Estado Unidos.⁵ En el mismo plano, a modo de ejemplo y sin la pretensión de ser exhaustivos, autores que han dedicado profusa obra al estudio del público de los medios como Morley o como Silverstone, remiten a la radio puntualmente cuando reconstruyen el cambiante papel de las tecnologías en el hogar y Thompson, cuando da cuenta de los cambios culturales que acompañan a la interacción mediática desde el punto de vista histórico. Según Stevenson, las ciencias sociales advirtieron la importancia de los medios cuando ya se “estaba en plena época de la televisión” (1998: 18). No obstante, en América Latina la radio ha sido más estudiada que en otras regiones.

En la Argentina, ya en 1985 se publica *Medios de comunicación y cultura popular*, libro en el que autores como Rivera, Romano y Ford tratan la importancia que adquiere la radio en los sectores populares y muestran especial interés en un producto típico de América Latina como es el radioteatro. En los primeros años de la década de 1990, con el desarrollo de las perspectivas enmarcadas en los estudios de recepción, aparecen publicaciones como las de María Cristina Mata, también en la Argentina, Sandro Macassi Lavander y Rosa María Alfaro en Perú, María Vasallo López en Brasil y Guillermo Orozco Gómez en México.⁶

Macassi Lavander (1993) estudia la recepción y el consumo radial en el marco de las teorías de la recepción. Al tiempo que comparte preocupaciones propias de los estudios de la época como son la diferenciación de la escucha según los contextos de recepción o el modo de organización fami-

⁵ A partir del estudio de las audiencias radiales en el periodo de entreguerras, el autor propone una teoría largamente difundida posteriormente en los estudios de opinión pública en el que destaca la intervención de los líderes de opinión entre el medio y sus públicos.

⁶ La mayoría de estos trabajos que tratan sobre los públicos de radio llegan a los centros académicos de América Latina, en los primeros años de la década de 1990, a través de la revista *Diálogos*, publicada por entonces en Lima por la Federación Latinoamericana de comunicación (FELAFACS).

liar, la selección por género, horarios, jerarquías y poder en las familias y por el número de aparatos en el hogar. Se destaca en este trabajo la exploración de la modalidad de recepción asociada a la diversidad de espacios en los cuales se puede producir el consumo.

Entre los autores de los estudios de recepción en América Latina es bastante común seguir una larga tradición en la región que busca explorar interrogantes acerca de la relación entre los medios y los sectores populares (Rusconi y Molina, 1996; Grimson y Varela, 1999; Martínez Luque, 2015).⁷

María Cristina Mata es una de las primeras investigadoras que en la Argentina estudió largamente los públicos de radio, especialmente, en la ciudad de Córdoba. En sus trabajos, alguno de los cuales escribe junto a Héctor Schmucler, interpreta las modalidades que sigue la radio para la configuración de sus públicos y procura interpretar el papel que la escucha radial desempeña en los sectores populares como formas de reelaboración identitaria, así como despliega datos referidos a los consumos de radio y televisión en la ciudad de Córdoba de entonces.⁸ Estos textos son reiteradamente recuperados en los estudios posteriores sobre públicos de radio en el país.

Se dijo antes que siguen pendientes algunos debates en los estudios orientados por las teorías de la recepción, repetidamente recurrentes en los centros académicos y de investigación del país. Los primeros estudios de recepción en la Argentina y América Latina se realizaron bajo gobiernos dictatoriales o en los primeros años del regreso de los gobiernos democráticos. En este contexto histórico, las teorías de la recepción emergieron como exponente de la posibilidad de la expresión política del conflicto social y sus luchas por el sentido (Grimson y Varela, 1998).⁹ La pregunta que surge para la permanente reflexión y debate es por qué los trabajos

⁷ Los trabajos de Rusconi y Martínez Luque estudian particularmente los públicos de radio. El primero de ellos es una tesis de Licenciatura del Departamento de Comunicación de la Universidad Nacional de Río Cuarto y el segundo, de la Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea del CEA, UNC.

⁸ Los tópicos centrales de algunos de estos estudios de Mata son desarrollados en el capítulo introductorio de este libro. Por otra parte, el trabajo de Martínez Luque (2015) referido en la nota anterior describe y contextualiza los sucesivos aportes de esta autora al estudio de la radio y sus públicos.

⁹ Véase nota 2 precedente.

que siguieron esta perspectiva fueron progresivamente identificados por su elusión de los factores del poder social. Una muestra de esto es la aceptación casi generalizada que tuvo, entre quienes se ocupaban de estudiar los medios y sus públicos, el texto de Caletti *La recepción ya no alcanza*. Es que en pocas páginas este autor logra exponer los logros pero también las deudas y debilidades que en su mayoría presentaban los trabajos corrientes sobre recepción. Caletti finaliza su trabajo proponiendo un punto de partida diferente para que los estudios del papel de los medios en la vida social logren renovar su fuerza innovadora. Sostiene que luego de haber invertido los términos de la producción a la recepción, se debían superar estas instancias como núcleos explicativos explorando alternativas diferentes en programas vigentes de las ciencias sociales (1993: 40).

Ese objetivo todavía no parece haber sido alcanzado. Una posible explicación es que las ciencias sociales, de las cuales se nutren en gran medida los estudios de los públicos de los medios, aún debaten sus principios explicativos entre la acción y la estructura o siguen modelos complejos difícilmente operativos en el trabajo académico cotidiano de la investigación académica sobre los medios y sus públicos.¹⁰

Si bien los estudios de la actuación de los públicos con alguna frecuencia se refieren a la recepción y el consumo de manera indistinta, conviene utilizar cada término para construir espacios de inteligibilidad de prácticas diferenciadas. Asumiendo esta perspectiva, se puede decir que los estudios de consumo de medios, en los cuales generalmente se suma el consumo de otros bienes culturales, se procura el conocimiento de tendencias más o menos generalizables de exposición a los medios en una población. Por ello, estas investigaciones han mantenido un estilo metodológico cuantitativo, aunque en los últimos tiempos se han sumado modalidades mixtas incluyendo estrategias cualitativas con el interés de conocer al mismo tiempo aspectos vinculados a la recepción.

En el capítulo introductorio de este libro se mencionaron los antecedentes de los estudios de consumos culturales en la Argentina. Allí se destacan las investigaciones realizadas por Patricia Terrero en las ciudades de Santa Fe y Paraná entre 1979 y 1990 con el objetivo de identificar asocia-

¹⁰ Con respecto al estudio del público de los medios de comunicación en relación con la evolución de las teorías sociales, véanse Tudor (1995) y Mattelart y Mattelart (1996).

ciones entre el tiempo de ocio, otras prácticas culturales y el consumo de medios. Además, también se consigna el libro de María Cristina Mata, publicado en 1997, *Públicos y consumos culturales en Córdoba*. En esta obra Mata elabora un marco conceptual recuperado, como se dijo, con frecuencia en la producción académica nacional sobre el tema, para abordar el estudio del consumo de medios y otros productos culturales de carácter masivo en diferentes sectores y grupos sociales. También se destaca una investigación publicada por el CEDES en 1990, cuyos autores son Oscar Landi, Adriana Vacchieri y Luis Alberto Quevedo titulado “Públicos y consumos culturales de Buenos Aires”.

Si bien los estudios referidos hasta aquí son antecedentes vinculados a los consumos culturales en general, deben ser considerados también como trabajos pioneros de los investigaciones actuales sobre consumo y recepción de radio y televisión. Todos incluyen el estudio del consumo de estos medios y marcan conceptual y metodológicamente las investigaciones realizadas posteriormente sobre sus públicos.

El estudio del consumo y la recepción de radio y televisión en la Argentina de comienzos de siglo

Seguidamente se caracteriza el tratamiento del consumo y la recepción de radio y televisión en producciones de las ciencias sociales argentinas entre el año 2000 y 2012.¹¹ Se expondrán las respuestas que han dado al problema del consumo de estos medios en términos del poder y la influencia que tienen sobre el público, las características que adjudican al consumo y la recepción, los abordajes teóricos y las principales corrientes bibliográficas seguidas así como las orientaciones metodológicas que predominan.

En el primer apartado, siguiendo un estilo descriptivo, se formulan a cada producción académica ciertas preguntas que surgen de los debates teóricos que se han expuesto. Obviamente, el hecho de que cada estudio

¹¹ El corpus seleccionado consta al final, antes de las referencias bibliográficas. Cabe reiterar que los trabajos fueron seleccionados atendiendo en primer lugar a la diversidad regional de sus lugares de producción y, luego, a la variedad de tópicos que abordan siguiendo las dimensiones detalladas en el capítulo introductorio.

priorice dimensiones particulares del problema estudiado hace que en cada caso se analicen aquellas cuestiones más pertinentes teniendo en cuenta los objetivos que persigue, los antecedentes teóricos que recupera y los resultados que consigna.

En la última parte, en las conclusiones del capítulo, se expone una interpretación que, sin pretensiones de exhaustividad, traza un diagnóstico del corpus indicando algunos rasgos salientes de la producción analizada. Se exponen observaciones, se destacan cualidades y ciertas debilidades teórico-metodológicas con el objetivo de proponer un diálogo superador en el terreno del trabajo realizado en la Argentina sobre el consumo y la recepción de medios, específicamente, de la radio y la televisión en la primera década de este siglo.

Poder de los medios/capacidad de los públicos

Como ya fue señalado, desde mediados del siglo pasado cambiaron las teorías predominantes que explican los efectos de los medios sobre sus públicos. A las teorías que otorgaban a los medios el poder de moldear las ideas y comportamientos de sus públicos, le sucedieron, generalmente recuperadas en convivencia, numerosos enfoques y perspectivas que sumaron factores como las relaciones interpersonales, las diferencias individuales, las condiciones estructurales en las cuales se posicionan los actores sociales, las mediaciones culturales y contextos situacionales, entre las cuales se destacan los domésticos, específicos de la recepción.¹²

Las publicaciones analizadas dan muestra de variaciones explicativas referidas a cómo se conceptualizan las relaciones entre medios y públicos, al poder de los medios y/o a la capacidad resignificadora de los públicos. Una línea fuerte de análisis es la que conceptualiza a los medios de comunicación —en particular, la radio y la televisión— como instituciones centrales de la vida social pero cuyos contenidos no son considerados determinantes en la configuración de lo público y en la construcción del sentido común. Así, los trabajos generalmente exponen una concepción de los públicos y sus integrantes como sujetos activos con capacidad de interpretar y re-

¹² Véase referencia nota 1.

significar los mensajes. También, se exponen instancias de interés que emergen condicionando, mediando, interviniendo o limitando las interpretaciones de los mensajes de los medios por parte de los receptores. Las trayectorias del receptor, las condiciones socio-económicas, la edad o el ciclo vital, el género, así como los procesos de identificación de los consumidores son atributos que, discriminados o agrupados entre sí, están presentes en el proceso de apropiación de los productos de los medios. Además, en algunos casos, también se toman en cuenta como modalizadores de la apropiación el género mediático y otras características propias de la oferta.

Duek analiza la relación entre el juego, los niños y la televisión en un período de casi treinta años, desde 1980 hasta el año 2008. La pregunta central de su texto es de qué modos se relacionan los consumos culturales infantiles y los juegos individuales y grupales. Una de las principales tesis que sostiene es que los juegos grupales han sido investidos de significados y personajes provenientes de la oferta mediática disponible en diferentes momentos de la historia reciente en la Ciudad de Buenos Aires. Las maneras a través de las cuales los más chicos se apropian de los discursos que circulan a su alrededor permite interpretar sus trayectorias sociales y los modos en los que éstas se vinculan con consumos, instituciones y prácticas. El trabajo adjudica a los medios de comunicación el carácter de factores intervinientes en el juego infantil. La autora sostiene que los abordajes tradicionales de los juegos infantiles tienden a dejar de lado el peso de los medios de comunicación como grandes generadores de interacciones lúdicas. Sostiene que “Las continuidades y transformaciones en la relación entre el juego infantil y los consumos televisivos de los más chicos deben entenderse en el universo que componen la familia y la escuela como instituciones estructuradas y estructurantes de la vida cotidiana, acompañadas por los medios de comunicación masivos” (Duek, 2012: 287).

Lapuente (2009/2010) estudia sujetos de la franja etaria de los adolescentes y destaca el carácter activo de este espectador televisivo en su relación con los géneros, según sean de ficción o no ficción. Estos televidentes asumen posiciones diferentes si aquello que miran se encuentra grabado o en directo, así como si su régimen es de ficción o no-ficción. Siguiendo a Pierce considera al televidente como un operador semiótico cuya naturaleza es la de la acción de un pensamiento-signo sobre otro pensamiento-signo. Sostiene que la acción o el tipo de actividad que los actores estudia-

dos ponen en juego en sus contactos con la televisión es sobre todo cognitiva y semiótica. El autor afirma que los adolescentes estudiados comparan, vinculan y clasifican; dice que de hecho, el adolescente no “ve” todo, y eso ya es una acción de sentido. A su vez, ni todo lo que “ve” lo somete a las mismas reglas y ni siquiera todo lo que somete a las mismas reglas es evaluado de la misma manera. Aborda el encuentro que mantienen los integrantes del grupo estudiado con la televisión en términos de “el modo en que la adolescencia se convierte en una vía de aproximación al actor que se encuentra en la recepción de medios” y a “las reglas que la adolescencia activa en la recepción de sus programas”. Lapuente analiza el consumo adolescente de la televisión vinculándolo al modo en que la sociedad gestiona el curso vital de sus miembros, lo cual afecta y modaliza el vínculo que los medios mantienen con sus audiencias. Afirma que los ciclos vitales son “régimenes que organizan la vida, imponen y dan forma a lógicas, necesidades, ritmos y rutinas diarias, gustos y prácticas, que estructuran parcialmente el contacto con los medios y las representaciones que allí se originan”. Encuentra gramáticas diferenciadas entre los actores estudiados que clasifica en el “evocador silencioso”, el “explorador”, el “rastreador” y, finalmente, el “frotador”. Para el autor, estas figuras no implican reglas excluyentes para cada adolescente pues cada uno puede conjugar más de una gramática, “puede asumir más de una de estas figuras”, aunque no suela hacerlo libremente, sin restricciones.

En Carlés (2008) aparece resaltada la relación entre los modos de apropiación de un programa televisivo y la auto-adscripción identitaria. La autora reconstruye tres discursos identitarios que dan cuenta de diversas lecturas de la telenovela “Pasión de gavilanes”: el discurso religioso, el de los intelectuales y, finalmente, la adscripción a una familia ilustre. El trabajo muestra como resultado que la autoadscripción de los televidentes a diversas comunidades permite explicar la existencia y aplicación de diferentes patrones de recepción. Al mismo tiempo, sostiene que el nivel educativo y el sentimiento de pertenencia a una clase cumplen un papel importante en el tipo de lectura que realizan los seguidores de la telenovela.

Calmels Arancibia (2006) parte de la idea de que es dable esperar que los miembros de las diferentes clases sociales se enmarquen dentro de “sistemas de sentidos o marcos ideológicos”. Por ello, recurre a la noción de “posibilidades de recepción” de Morley, en diálogo con los términos de la

propuesta de Stuart Hall –para quien la audiencia puede interpretar el mensaje con el mismo código empleado por el emisor, con un código diferente o a partir de una versión negociada del código utilizado–. Los aportes de Morley le permiten abordar el análisis de la recepción partiendo del supuesto de que las lecturas individuales se enmarcan en formaciones y prácticas culturales compartidas, las cuales, a su vez, están afectadas por la posición objetiva que ocupa el individuo en la estructura social.

Contreras Bazán (2004), siguiendo también a David Morley, otorga al público la capacidad de llevar adelante variadas interpretaciones de los mensajes, más allá de los tres tipos de lecturas propuestos por Stuart Hall. Al mismo tiempo, el autor enmarca este proceso en la permanente interacción entre las estrategias industriales de producción cultural, por un lado, y las actividades de consumo y recepción, por el otro.

El libro de Sgammini (2011) presenta como intervenciones clave en la recepción la pertenencia a grupos sociales particulares y particularizados según sexo y edad y las características del núcleo familiar por sector socioeconómico. No obstante, como se verá más adelante, la atención a estas cuestiones se supedita a su interés central, que es estudiar las transformaciones que ocasionó el cable en la interacción familiar y en las relaciones del consumo de la televisión con el uso del tiempo libre.

En otro orden de análisis, Grillo (2006) pone el acento en el carácter social del público, en los lazos que unen a sus integrantes y, al mismo tiempo, en la integración de los medios en el mercado. Por ello sostiene que se debe abandonar la idea de que se puede estudiar al público solamente a partir del discurso de los medios. No obstante, darle protagonismo al público y a las relaciones sociales que se establecen en su seno implica que los medios además de ser instituciones de la sociedad civil actúan en el marco de su contribución al mercado. Así, para la autora, si bien todo indica que el público puede ser activo, es en ese contexto que sus necesidades se producen y los medios las integran, ordenan y jerarquizan.

También, María Victoria Martín (2005) asume que el consumo está fuertemente atravesado por los lazos sociales y la constitución de identidades. Interpreta que las afinidades con referencias a los pares y amigos, en fin, a las relaciones cara a cara, funcionan como mediación constitutiva de la producción del sentido en los consumos culturales.

Por otra parte, en un conjunto de los trabajos seleccionados se estudia la figura del público que construyen los discursos de los medios. En estos casos, se hace un análisis discursivo de la figura del enunciatario o destinatario de los mensajes de los medios en relación con un estudio de los receptores empíricos. En particular, Leona (2008) reflexiona sobre los modos según los cuales la participación directa de los oyentes y lectores de radio y prensa es seleccionada y editada, lo que redundará en una ilusión de participación directa cuando en realidad está también construida por los medios. El texto de Leona aborda las cartas de lectores y los mensajes de los oyentes de radio. Expone que estos espacios muestran el modo seguido por estos medios en el ejercicio del “derecho de admisión” y en la construcción de un modelo de receptor. Sostiene, a su vez, que ningún análisis que pretenda describir a sus públicos debiera desatender estos espacios por donde se asoman las formas en las que se editan los mensajes y los perfiles de receptor. El autor puntualiza, a través de diferentes ejemplos, las formas en las que los oyentes y lectores se construyen en relación a las maneras en las que componen sus mensajes y sus intenciones de diálogo ficticio con esos medios. Identifica agradecimientos, reclamos y una gran variedad de acciones que Leona vincula más con el sujeto que llama que con una posibilidad de interacción con otros, aunque, al mismo tiempo, en esos mensajes la producción de un programa o la edición de un diario muestran el receptor que “se ve”.

Berti y Cantú, por su parte, estudian la recepción de noticias televisivas referidas a la protesta social combinando las nociones de la figura discursiva del público construida por el medio como destinatario, con la de la audiencia en tanto conjunto de receptores empíricos. En este sentido, es posible deducir en este trabajo la puesta en juego de algunas nociones implícitas. Por ejemplo, la de público como sinónimo de enunciatario o destinatario, en tanto figura discursiva y la de consumo como instancia de producción de sentido. Por ejemplo, refiriéndose a la recepción de las noticias en las cuales se pone en escena la protesta social, las autoras refieren que “El momento de consumo abre una nueva instancia para la producción de sentido, o, si se quiere, el cierre del sentido de la noticia” (Berti y Cantú, 2011: 47-48). Por su parte, las audiencias, como sujetos empíricos receptores de los medios “dan marco a la percepción del fenómeno” de las protestas-noticias y han incorporado el modo seguido en la presentación de estas noticias “como el correcto” (2011: 64-65).

Contextos de consumo y recepción

Una tradición de los estudios sobre la interacción mediática reduce el objeto de observación a la relación medio-receptor. En algunos estudios solo aparece como telón de fondo, a veces prácticamente inadvertidos, la sociedad o el mercado nacional o global. En algunos estudios, en línea con los Estudios Culturales, se da importancia a entornos más próximos como el ámbito doméstico u otros espacios del transcurrir cotidiano como contextos activos en la conformación del sentido construido en la recepción.

Así, en las producciones que integran el corpus emergen, ya sea como mediaciones o como intervenciones importantes de la interacción mediática: el hogar (Calmels Arancibia, 2006) o ámbito doméstico (Sgammini, 2011; Duek (2012); contextos educativos, como la universidad (Arquero y otras, 2012; Fassano y otras, 2009; Martín, 2005; Echevarría, 2008); también, la ciudad (Arquero y otras, 2012; Fassano y otras, 2009; Berti y Cantú, 2011; Grillo, 2006; Contreras Bazán, 2004) o el mercado globalizado (Martín, 2005). Son ámbitos en los que se ubica el campo interaccional observado que, al mismo tiempo, participan de alguna manera en la actualización de la práctica de consumo o de recepción estudiada.

Calmels Arancibia puntualiza que no es lo mismo “mirar la televisión solo en un bar, en la casa que junto a la familia o junto al grupo de amigos con los que se comparte opiniones y gustos parecidos”. Su trabajo está centrado en el consumo televisivo en el ámbito del hogar, entendido como “un constructo que hace las veces de un lugar que a su vez no representaría un espacio concreto” (2006: 2). La autora sostiene que el hogar “[e]l lugar al que pertenecemos, objeto de emociones, no se limita a una casa, sino que puede designar desde un vecindario a un barrio” (2006: 4).

El consumo de televisión en contextos domésticos también es el objeto de estudio de Sgammini (2011). Esta autora presenta los resultados de una investigación sobre la introducción del cable en hogares de la ciudad de Córdoba y estudia el consumo procurando ponerlo en relación con condiciones estructurales económicas y tecnológicas. Su objetivo es comprender lo que ocurre en el ámbito doméstico cuando una transformación tecnológica modifica prácticas de consumo y cambia la naturaleza de un medio. Afirma que ese contexto doméstico es el espacio en el que se inscriben y resuelven de manera concreta para los integrantes del público las

relaciones sociales y las prácticas culturales vigentes en un espacio social más amplio y una época determinados. La autora sostiene que le interesan los ámbitos naturales como el hogar y la familia pues son lugares habituales e instancias de significación del contacto con la TV. Por esta razón, centra su mirada en las prácticas cotidianas que actualizan los usuarios del cable cuando consumen televisión asumiendo que ellas exceden la “producción de significado en torno a un determinado mensaje o configuración discursiva”. Pues, para Sgammini, aunque esa operación forma parte, claramente, de la problemática abordada también interesan los modos en que el medio se recibe, es apropiado, usado, e inscripto en los propios espacios y tiempos como actividades que materializan la vida cotidiana de los sujetos. Es en ese marco donde un dispositivo técnico, como es la propia televisión, deviene experiencia cultural. La autora afirma que el hogar es precisamente el lugar desde donde deben reformularse las preguntas acerca del impacto y la importancia de las nuevas tecnologías y no desde las cifras que muestran su expansión. Al mismo tiempo, destaca el papel activo y creativo de los destinatarios frente a la televisión sin postular su autonomía ni desligarla de los condicionamientos económicos, sociales y culturales que limitan la producción de sentido.

Aproximaciones conceptuales a la recepción activa

Un aspecto crucial de las explicaciones que se han dado sobre el carácter de la interacción mediática en la que confluyen el poder de los medios por un lado y de los públicos, por otro, reside en cómo se define la actividad de los receptores, integrantes del público o de las audiencias en el momento de la recepción. En otras palabras, si se parte de la premisa que la recepción es activa, la pregunta es en qué consiste esa actividad, cómo se traduce, qué procesos o estados atraviesa, en fin: cómo se puede describir, caracterizar o interpretar.

En términos generales, se categoriza al vínculo entre medios y públicos como negociación de sentidos (Carlés, 2008; Calmels Arancibia, 2006), apropiación o re-apropiación (Duek, 2006; Arqueros y otras, 2012; Fassano y otras, 2009), apropiación y uso (Contreras Bazán, 2004), interacción y participación (Grillo, 2006), re-significación (Berti y Cantú,

2011), lectura (Echevarría, 2008). También se identifica la actividad como decodificación de mensajes que implican propósitos y retroalimentación (Godoy y otros, 2008) o en términos de “gramáticas de reconocimiento” vinculadas al “público modelo”, configurado en el discurso de los medios (Lapuente, 2009-2010).

Carlés (2008) se propone indagar el rol que cumple un producto cultural como la telenovela “en la reproducción y transformación de prácticas culturales a partir del relevamiento de las posibles relaciones que los agentes establecen entre realidad y ficción a la hora de consumirlas”. Utiliza indistintamente los términos *uso*, *consumo*, *recepción* y *apropiación*.

Por ejemplo, menciona los “diferentes usos que, según la extracción socio-económica, los consumidores hacen de la telenovela”. La autora se propone aclarar su postura sobre la práctica al establecer que “mirar televisión, en general, y telenovelas, en particular, resulta ser un proceso de negociación entre el espectador, la instancia de producción y el texto”. Esta negociación implica que la lectura que finalmente se impone “depende de diversas variables que están relacionadas con las múltiples identidades que constituyen a las personas”. Finalmente aclara que “más allá de los diferentes usos, lo que los agentes hacen, y no siempre a causa de variables económicas, son diferentes interpretaciones” (ibídem: 4-9). Se puede entender que la negociación es una interpretación en clave identitaria, relativamente autónoma de las condiciones socioeconómicas.

Asimismo, el trabajo de Martín (2005) siguiendo la tradición clásica de los estudios sobre consumos culturales, caracteriza a esta práctica por su papel en los procesos de autoidentificación, reconocimiento y diferenciación que movilizan a los grupos y categorías sociales. En este sentido, otorga un papel decisivo al consumo de bienes culturales en la conformación de identidades que se entretajan en un contexto en el cual se producen diferencias sociales, subjetivas y colectivas, en el intercambio de bienes y servicios.

El principal vínculo que establece Calmels Arancibia entre el consumo televisivo y las audiencias gira en torno al concepto de negociación. Aclara que las audiencias no deben verse como “blancos específicos que acatan las informaciones”. En consecuencia, el trabajo procura identificar “la negociación (aceptación y/o negación) de los mensajes televisivos de carácter político de programas locales”, por parte de audiencias localizadas

en el gran San Juan”. Por *negociación* se refiere al “acuerdo de los espectadores con los programas (más precisamente con el conductor) para aceptar o rechazar un mensaje político”. Busca determinar “si los espectadores manifiestan un cierto contrato con el contenido de los programas y en caso de no ser así qué es lo que los lleva a mantenerse como audiencias aunque no estén de acuerdo con los mensajes que se emiten” (2006: 8).

Duek habla en términos de “re-apropiación” por parte de un grupo de niños de mensajes televisivos dirigidos a una audiencia infantil. Sostiene que la re-apropiación de los niños estudiados de los discursos que circulan preponderantemente en la televisión en torno a ellos es, a diferencia de lo que la autora se había planteado como hipótesis inicial, “un elemento común en todas las series de testimonios” (2012: 284).

Arqueros y otras (2012) y Fassano y otras (2009) abordan prácticas de comunicación comunitaria en términos de apropiación y uso de medios. En Arqueros y otras (2012), la apropiación de un espacio radial posibilitaría utilizar el medio como una herramienta de transformación social, para el abordaje de temas con tratamientos naturalizados o no visibilizados socialmente. De modo similar, Fassano y otras conciben la apropiación y uso de medios en relación con las demandas de las organizaciones sociales y a la intervención profesional en la escena comunitaria, como posible contribución al sostenimiento de proyectos comunicativos radiales viabilizados por organizaciones sociales.

Si bien no definen los términos utilizados de audiencias y recepción, Godoy y otros conceptualizan al receptor empírico como decodificador del mensaje de la radio. Sostienen que el acto de comunicación implica un propósito, contenido en el mensaje, que pasa por una fuente, al que denominan transmisor, y llega a un receptor. El mensaje es codificado (convertido en una forma simbólica) y luego enviado mediante algún medio (canal) al receptor, quien traduce nuevamente (decodifica) el mensaje originado en la fuente. La retroalimentación dará cuenta de que “el mensaje ha sido recibido”. Además, los autores plantean que la comunicación radial lleva adelante mecanismos para establecer vínculos con las audiencias dentro de las cuales, las más específicas, son las entrevistas directas y telefónicas, especialmente “cuando los escuchas opinan sobre algún tema que el medio ha difundido”. Asimismo, identifican la construcción de un público modelo en el discurso radiofónico en la medida que los mensajes muestran “una rela-

ción directa con el receptor, es decir que se ha definido al público meta, se ha determinado su perfil sociocultural, así como las frecuencias y usos que hacen de los medios de comunicación” (Godoy, 2008: 5).

Lapiente retoma de Verón el concepto de “gramáticas de reconocimiento” remarcando que cada producto discursivo es “una configuración de trayectorias semióticas posibles” que está sobredeterminada por “las hipótesis del productor sobre su público-blanco”. Aclara que cada gramática de reconocimiento “puede ser caracterizada como un conjunto de reglas que activan ciertas trayectorias (y sus combinaciones), en detrimento de otras” (2009-2010: 258). Al identificar tipos de gramáticas diferentes en el grupo de adolescentes que estudia, considera que su carácter estable indica que sus condiciones y campo de aplicación “sobrepasan largamente” los discursos mediáticos estudiados en un momento dado. El autor también recurre a los términos consumo, audiencia y recepción.

Como síntesis se puede decir que en los trabajos analizados predomina la idea de que los medios no son determinantes en la construcción del sentido circulante. Y ello es así porque los públicos están conformados por sujetos activos con capacidad re-significadora en el marco de ciertas condiciones. Corresponde observar que sobre esta cuestión de la recepción activa se observa un estilo de trabajo que dificulta la comprensión del alcance conceptual de este momento crucial de la interacción con los medios. La delimitación de conceptos como recepción, apropiación, uso y consumo de medios, como se expone en otros capítulos de este libro, cuenta con una larga tradición de debates teóricos en el campo. Cuando estos términos son utilizados como sinónimos o su significado conceptual no es explicitado se resta inteligibilidad y claridad a la interpretación posible.

Bibliografía referida en los estudios

La bibliografía utilizada da cuenta de orientaciones teóricas, autores y centros de producción científica generalmente predominantes en las ciencias sociales de la Argentina contemporánea. Así, en las investigaciones de recepción y consumo de radio y televisión analizadas se destacan las referencias a los Estudios Culturales ingleses, con autores como Raymond Williams,

Stuart Hall, David Morley y Roger Silverstone, y a los Estudios Culturales latinoamericanos, específicamente a textos canónicos de Jesús Martín Barbero y Néstor García Canclini, como así también de Guillermo Orozco Gómez. Aunque en menor medida, se siguen lineamientos del autor francés Dominique Wolton y del holandés Mac Quail. Asimismo, en casos puntuales, se recurre al sociólogo inglés Parkin y al francés Pierre Bourdieu. Además, en los trabajos con enfoque semiótico, si bien se encuentran referencias a los trabajos de Kerbrat-Orecchioni y del argentino Oscar Steimberg, generalmente se recuperan los textos de Eliseo Verón.

Si bien García Canclini y Eliseo Verón son argentinos, su producción generalmente se ha radicado en el exterior. En la bibliografía de los estudios analizados hay pocos autores además de los ya citados del orden nacional, aunque entre ellos se destaca María Cristina Mata por las frecuentes referencias a su obra, especialmente en su conceptualización del público.

Orientaciones metodológicas

Se identifican en el corpus estrategias cualitativas, cuantitativas y mixtas. En las investigaciones que siguen lineamientos cualitativos se aplican técnicas como grupos focales y entrevistas en profundidad. En algunos de estos estudios, se combinan con el visionado de material televisivo por parte de los sujetos estudiados y con el análisis discursivo de esos mismos materiales. Con fines de generalización o de marcar tendencias cuantitativas se aplican entrevistas semi-estructuradas y estructuradas. Existen, también, estudios que muestran combinación de métodos en los cuales se realizan encuestas y entrevistas en profundidad o grupos focales. Otros estudios son de tipo propositivo; en ellas se sugieren acciones vinculadas a las potencialidades de la radio y la televisión en contextos y públicos específicos que integran organizaciones sociales o participan de ámbitos educativos.

Estrategias cualitativas

Duek (2012) sigue metodología cualitativa y las técnicas utilizadas fueron entrevistas en profundidad a informantes clave seleccionados siguiendo la técnica de “bola de nieve”. Calmels Arancibia (2006), por su parte realizó tres grupos focales integrados por amas de casa, estudiantes universitarios y jóvenes militantes de partidos políticos. Cada grupo se integró con hasta ocho personas procedentes de diferentes lugares geográficos y de posición socioeconómica y adscripción ideológica diversas. Estos grupos focales visionaron fragmentos de dos programas de la televisión sanjuanina: *Donde quiera que estés* (Canal 8) y *La Ventana* (Canal 13). Berti y Cantú (2011) también recurren a grupos focales. Con estos grupos las investigadoras comparten el visionado de material televisivo que muestra la protesta social en el informativo local *Telediario*, que es el programa televisivo más visto de la ciudad de Río Cuarto. El objetivo es comprender la manera en que los actores estudiados interpretan y asignan valor a las diferentes voces que forman parte de variadas manifestaciones de disconformidad.

El capítulo de Grillo (2006) se basa en una investigación en la cual inicialmente se analiza material mediático en el que se da pantalla o voz a integrantes del público que intervienen en esos espacios para demandar mejoras en los servicios públicos. Luego, se realizaron entrevistas focalizadas a integrantes del público de esos espacios y, entre ellos, a algunos de quienes participaron activamente en uno o más espacios televisivos por temas diversos. El análisis integrado de los materiales recogidos estuvo dirigido a reconstruir dimensiones posibles de “la figura del ciudadano”. Finalmente la autora elabora una tipología con el objetivo de reconocer tipos de participación y modalizaciones que favorezcan el reconocimiento y la identificación con la condición ciudadana.

Sgammini (2011) muestra en la primera parte de su libro los resultados de una revisión de fuentes documentales a partir de las cuales reconstruye el proceso de instalación de la TV por cable en la ciudad de Córdoba, articulándolo con procesos estructurales generales relativos al ámbito de la producción del sistema y las estrategias de configuración de un público para sus productos. Luego, para conocer los hábitos de consumo y las modificaciones que produjo el nuevo sistema en los consumidores recolecta información en hogares que suman 90 personas de dife-

rentes perfiles. Las técnicas empleadas en el marco de la estrategia metodológica seguida fueron entrevistas en profundidad efectuadas de manera individual a cada integrante del grupo familiar.

El texto de Leona (2008) representa un tipo de trabajos que se encuentra a mitad de camino entre un estudio interpretativo de material de los medios y un uso de los mismos para mantener una argumentación de partida. Así, el autor acude a ejemplos tomados del material de los medios para apoyar su idea de la forma en que el público es construido a partir de la selección que efectúan, un diario de las cartas de lectores y una radio, de las llamadas telefónicas que le llegan.

Estrategias cuantitativas y mixtas

Godoy y otros, Carles, Lapuente, Contreras Bazán y Martín siguen estrategias cuantitativas y métodos mixtos. Los dos primeros autores combinan metodologías cuantitativas y cualitativas. Carlés (2008) estudia el público de la telenovela “Pasión de gavilanes” aplicando 29 entrevistas semi-estructuradas personalizadas y dos entrevistas grupales. Paralelamente, realiza una encuesta en la que se completaron 239 cuestionarios clasificando a los informantes en grupos de acuerdo a variables económicas, nivel de educación y nivel de conocimiento en el tema. Por su parte, Lapuente (2009-2010) integra técnicas cualitativas y cuantitativas para estudiar el consumo televisivo de adolescentes siguiendo las siguientes estrategias: relevamiento de programas televisivos de consumo efectivo por parte de adolescentes siguiendo una guía de preguntas a 120 estudiantes, de 16 a 19 años, de instituciones públicas y privadas; analiza un corpus de discursos de estos adolescentes obtenido en grupos focales integrados por casos de ambos sexos y la misma franja etaria, y realiza una encuesta aplicando un cuestionario semi-estructurado. La muestra, seleccionada aleatoriamente, estuvo integrada por 490 alumnos de instituciones públicas y privadas, de colegios secundarios de Capital Federal y el primer cordón del conurbano bonaerense.

Godoy y otros (2008) emplean metodología cuantitativa para estudiar el consumo de medios en una población de estudiantes y empleados universitarios en la ciudad de San Luis. El instrumento utilizado fue un cuestionario estructurado que aplicaron a 126 personas, estudiantes, em-

pleados universitarios, de la administración pública nacional y de la provincial, bancarios y empleados de comercio. El análisis fue realizado relacionando los tipos de medios de comunicación que consumen los entrevistados con su ocupación.

Otros dos estudios que también siguen lineamientos cuantitativos son los de Contreras Bazán (2004) y Martín (2005). En estas investigaciones se aplican cuestionarios estructurados a un número significativo de integrantes de públicos localizados: 477 casos de habitantes de la ciudad de La Rioja en el estudio de Contreras Bazán y 168 estudiantes de alumnos del nivel polimodal de la ciudad de La Plata en el de Martín, quien también aplica técnicas cualitativas. En este último trabajo, los ejes de la indagación de la encuesta giraron alrededor de tópicos como las prácticas y consumos desarrollados en el tiempo libre, tanto por los jóvenes encuestados como, en su parecer, por jóvenes que ellos conocían. Además, Martín consulta acerca de los soportes audiovisuales y virtuales que usan y comparten los entrevistados. También, dedica un apartado del estudio a procesos de autoidentificación vinculados al consumo musical; en este tópico intenta explorar la construcción imaginaria de la identidad juvenil, los vínculos en los cuales se asienta la conformación de los grupos de pares con los cuales comparten gustos y prácticas relacionadas con la música, al mismo tiempo que releva percepciones sobre “otros” consumidores.

La investigación de Contreras Bazán (2004) está estructurada de manera tal que diferencia consumos mediáticos –en los cuales incluye televisión, radio, diarios, revistas, libros, cine, video, música e Internet– y no mediáticos –entre los que registra lectura de libros, participación en deportes y viajes y asistencia a bibliotecas, cursos, teatro, danzas, conferencias, museos, exposiciones de arte, festivales, ferias, recitales y conciertos–. El autor describe la modalidad y el tipo de consumo, su frecuencia, el acceso y el uso de esos bienes, su posesión, y la asistencia a ofertas públicas y la preferencia de géneros. Estos datos se cruzan con variables socioeconómicas, género y edad. Contreras Bazán también explora las razones expuestas por los entrevistados para el no consumo en cada caso.

Puede decirse que estos dos últimos estudios siguen líneas generales de los cánones clásicos de los estudios de consumo en los cuales se intenta generalizar o identificar tendencias y se asume el carácter identificatorio de esta práctica con categorías sociales.

Trabajos que siguen estilo propositivo

Existe una línea de estudios que sigue una modalidad claramente propositiva; es decir, constituyen propuestas de análisis de escenarios o situaciones o sugieren líneas de intervención a partir del uso de los medios. Este estilo de trabajo se puede ejemplificar con los estudios de Arqueros y otras (2012) y Fassano y otras (2009). En ambos se describen experiencias y formulan propuestas, aunque también se sugieran líneas de análisis y dimensiones productivas para el abordaje y análisis de la comunicación participativa y comunitaria.

Otro estudio similar es de Echevarría (2008), vinculado al ámbito de la educación. Trata un tópico de preocupación en la pedagogía escolar, como es la recepción de los medios por parte de los niños y su recuperación en la escuela con fines didácticos. El trabajo constituye la fundamentación teórica de una propuesta cuyo objetivo es favorecer la lectura activa y reflexiva de los medios de comunicación. Para la autora, la lectura va más allá del mero desciframiento o decodificación de signos del idioma e implica habilidad en el manejo de los variados lenguajes e interpretaciones que proponen los textos ofrecidos por los medios. Para ejemplificar sus argumentaciones y propuestas recurre a ilustraciones de publicidades de diarios de la provincia de Córdoba y del ámbito nacional.

Conclusiones

Se han expuesto detalles analíticos y algunos avances interpretativos de los trabajos del corpus seleccionado entre aquellas producciones que se ocupan del consumo, la recepción y los públicos de la radio y la televisión en la Argentina en el período 2000-2012. Esta tarea permite efectuar algunas consideraciones que tratan de rescatar las cualidades que deberían sostenerse en las investigaciones de este campo específico de estudios y, al mismo tiempo, los obstáculos a superar para tornarlos más productivos.

En primer lugar, se destacan algunas tendencias evaluadas positivamente para el desarrollo de un campo del saber: se observa pluralidad en la procedencia de los autores y la bibliografía de referencia. Es conocido que cada región representa tradiciones académicas que privilegian algunos

tipos de abordajes sobre otros. En este sentido los estudios y las investigaciones en ciencias sociales en la Argentina, y es algo que podría afirmarse para toda América Latina, han recurrido con insistencia a la producción académica estadounidense y europea, especialmente a autores franceses e ingleses. En los estudios sobre el consumo, la recepción y los públicos de medios, si bien se observa la fuerte presencia de los Estudios Culturales ingleses y las recuperaciones de la sociología francesa a través de autores locales, es muy importante la presencia de autores que representan la producción latinoamericana sobre el tema como Martín Barbero y García Canclini y algunos argentinos como Eliseo Verón y María Cristina Mata.

Otra tendencia que en este campo temático de estudios debería sostenerse es aquella que marca la necesidad y valoración de la investigación empírica. Esta orientación favorece la realización de estudios localizados, lo cual, a su vez, debido a los diferentes anclajes empíricos de las investigaciones, debería generar la renovación de problemas y perspectivas de estudio. Al mismo tiempo, el campo de la investigación empírica del consumo, la recepción y los públicos de radio y televisión ha podido mostrar pluralidad metodológica. Se siguen estrategias cualitativas, generalmente cuando se estudia la recepción y cuantitativas cuando los trabajos se orientan al estudio del consumo de la radio y la televisión, en el marco más general de los consumos culturales. También, se observa una tendencia a seguir métodos mixtos, combinando o complementando métodos y estrategias cuantitativas y cualitativas. Esta apertura metodológica es interesante en la medida en que la percepción de una mayor variedad de estrategias metodológicas amplía también el horizonte de posibilidades en la construcción de problemas y en la complejidad de su fundamentación y planteo.

Con respecto a los estudios sobre consumos de medios se ha cuestionado que la problemática del consumo se simplifica cuando se siguen estrategias metodológicas propias de los estudios de audiencias. La metodología típicamente cuantitativa de estos estudios impediría rescatar la actividad creativa y la complejidad de la vida cotidiana en la cual se apropian estos consumos. Y ello parece ser así.

Sin embargo, la instancia cuantitativa es ineludible cuando es necesario un panorama de la distribución y frecuencias del consumo a nivel poblacional. Este tipo de estudios permiten comprender cuestiones de relevancia

para la recepción, como es el acceso a los bienes culturales, el alcance de los mismos y las tendencias y transformaciones que se producen en los públicos en general, más allá de los casos individuales o grupos específicos. El hecho de que este estilo de trabajo prime en los estudios de marketing no le quita utilidad y productividad interpretativa cuando son utilizados en todo su potencial metodológico con otros fines. Es verdad que la opción por las estrategias metodológicas mixtas permite un panorama más completo tanto de la aceptación de la oferta de los medios, como de la apropiación de sus contenidos y algunas cuestiones contextuales relevantes. La alternativa de los métodos mixtos, seguida en algunos estudios analizados, permite articular las instancias de consumo a las de recepción y ambas con las formas complejas que puede asumir la apropiación.

No obstante, toda la complejidad metodológica es inhábil para avanzar en el conocimiento de fenómenos que las teorías disponibles aún no han interpretado convincentemente arriesgando modelos o sistemas explicativos claros y traducibles a la investigación. La interpretación de articulaciones entre la recepción, el consumo, el sistema de medios y la cultura contemporánea del capitalismo o el sistema-mundo requiere de conjeturas más refinadas que aquellas seguidas por las teorías y metodologías disponibles en los estudios de recepción. Es necesario abrir este campo a las ciencias sociales y la problemática del consumo parece ser un camino productivo en este sentido, en la medida en que incorpora a los productos de los medios en el campo de la circulación de los bienes en general y de los culturales en particular, en las sociedades actuales. Como se sabe, el consumo ha sido y sigue siendo estudiado por disciplinas como la antropología, la economía, la sociología y la historia desde perspectivas que sobrepasan aunque incluyen el consumo de bienes culturales y entre ellos, obviamente, las producciones de la radio y la televisión.

Uno de los obstáculos más serios es la escasa presencia de conceptualización de los términos centrales que se utilizan en las publicaciones analizadas. En este sentido, la investigación en ciencias sociales, particularmente en temas como los aquí abordados, presenta una paradoja procedimental significativa. Bajo el consenso, se podría decir pleno, del constructivismo social tanto teórico como epistemológico, los términos se usan como si su significado emanara naturalmente por su sola enunciación. Recepción, consumo, apropiación, re-significación, uso, se utilizan

con frecuencia de manera indistinta en contextos explicativos variados. En cualquier investigación, las consecuencias negativas de esta tendencia es la dificultad que genera a la comprensión del alcance significativo de los principales factores en estudio y de las relaciones lógicas que se proponen. La vaguedad y ambigüedad conceptual en el uso de los términos centrales desencadena confusión para percibir la inteligibilidad que procuran, los alcances y el sentido de los resultados que se exponen.

La pertinente discusión a la regla positivista de asociar un término a un fenómeno no implica el uso indistinto o azaroso de las construcciones significativas. Ellas deben tornar posible tanto el debate de teorías y modelos como las interpretaciones cada vez más productivas de los problemas de conocimiento planteados y la posibilidad de tornarlos inteligibles en las investigaciones empíricas.

Como ya se ha dicho, el núcleo central explicativo de las investigaciones sobre recepción y consumo está constituido alrededor de la “actividad” de los receptores, consumidores o integrantes del público en la interpretación de los mensajes, en el momento de la interacción con los medios. Esta “actividad” es designada de diferentes maneras pero sería necesario delimitar las implicancias de esas diferencias.

Un trabajo conceptual de esas características implicaría dilucidar algunas cuestiones básicas, entre las cuales se puede destacar la necesidad de esclarecer las conexiones lógicas entre términos clave como consumo, recepción, apropiación, decodificación y otros, utilizados para dar cuenta de la actividad de los receptores y públicos.

Sigue un intento por clarificar posibles usos de los términos y sus relaciones lógicas, con el objetivo de ofrecer un panorama de algunas alternativas que podrían seguirse:

Términos como consumo, apropiación y uso modalizan de manera diferente a lo mismo que es la práctica de la recepción. En este caso, el hecho de que la recepción sea activa conlleva, por ejemplo, o bien a la apropiación, o a la de-codificación, o a la re-significación. Entonces, conceptualmente es necesario delimitar las diferencias entre cada uno de esos posibles modos de recepción. Rápidamente se podría interpretar que la decodificación es un término afín a la propuesta de Stuart Hall en su trabajo *Codificar/decodificar*, aunque también se pueden encontrar versiones que remiten la decodificación a la teoría de la información en la medida

en que la integran al circuito de fuente, emisión, mensaje y transmisión; la re-significación remitiría a los estudios semióticos y la apropiación a las teorías socio-cognitivas. En esta opción, el uso indistinto de los términos estaría implicando una correspondencia o complementación teórica que necesita ser explicada y justificada.

Los términos consumo, apropiación y uso son excluyentes en la medida en que aluden a prácticas diferentes una de la otra. Entonces, sería necesario aclarar y profundizar el debate entre las teorías en disputa y tomar posición entre ellas. Fundamentalmente deslindar la recepción de la apropiación y de los demás términos, porque si la recepción es excluyente, por ejemplo de la apropiación, esto llevaría en sí la posibilidad de la recepción no activa.

Cada uno de los términos –consumo, apropiación y uso– puede interpretar momentos diferentes. En este caso, posiblemente, o bien una teoría o teorías factiblemente ensambladas sostienen una cadena significativa que va de la recepción a la decodificación, luego a la apropiación y de aquí deriva al uso. Entonces, la pregunta que es necesario responder es cuál es el momento que delimita significativamente cada práctica.

Otro obstáculo a la clara comprensión de los alcances de los resultados de los trabajos analizados se desprende de la pertinencia de las relaciones causales que se proponen. Un modo de trabajo común en estas investigaciones es estudiar la recepción en categorías específicas de integrantes del público. Por ejemplo, jóvenes, niños, adolescentes, mujeres, estudiantes, etc. En el mismo sentido, suele estudiarse la recepción de géneros diferentes, por ejemplo, ficción o no ficción. En estos casos no es fácil advertir el alcance de los resultados, en la medida en que no se compara con lo que ocurre en la recepción, ya sea en otras categorías del público o bien en su exposición a otros géneros. Es difícil evaluar si el consumo de ficción es apropiado de una manera particular por un grupo específico del público, si no se dispone de información acerca de la apropiación del discurso no ficcional en ese mismo grupo y de ambos tipos de discursos –ficcional y no ficcional– en otros grupos diferentes. Cabría preguntarse si esta es una debilidad propia de algunos trabajos locales o es un problema que alcanza a otras investigaciones sobre estos temas, realizadas más allá de nuestras fronteras nacionales. La respuesta apropiada parece ser esta segunda alternativa. En un artículo frecuentemente recuperado para dar cuenta de las distintas tradiciones que estudiaron el

público, Jensen y Rosengren sostienen que en un estudio de Rosengren y Windahl, realizado en 1989, “se pudo mostrar que los efectos de la televisión sobre las interacciones sociales de los niños y de los adolescentes con sus pares y con los miembros de su familia son radicalmente diferentes para los Estados Unidos de 1960 y para la Suecia de los años ochenta” (1997: 344). Como los autores están argumentando a favor de la idea de la importancia de los contextos culturales en la recepción de los públicos, el lector es conducido a interpretar que la diferencia tiene que ver con los contextos nacionales. Pero es difícil eludir la duda de que se puede deber también a los veinte años transcurridos entre un estudio y el otro. Para evitar esta honesta sospecha los autores deberían haber mostrado que las características que asume el fenómeno en cada país también se mantiene en el tiempo inverso en el otro, es decir, en Estados Unidos de la década de 1980 y en Suecia de la de 1960. Sin esta información es difícil deducir si los cambios se vinculan al cambio del contexto nacional o al momento de la observación. No se ha podido acceder al estudio original de Rosengren y Windahl para constatar si en su informe se revelan esas necesarias comparaciones. Pero, más allá de ello, de la manera en la que fue expresada en la obra revisada, la conclusión de Jensen y Rosengren exhibe una debilidad argumentativa notoria.

Tanto las dificultades conceptuales consignadas al comienzo de este apartado como la falta de estudios comparativos que esclarezcan los alcances empíricos son obstáculos posibles de superar con una mayor atención o vigilancia teórica y lógico-metodológica. Justamente es en estos mismos ámbitos en los que se encuentran las virtudes del campo de estudios analizado por la pluralidad de teorías y metodologías que se siguen. Bajo la asunción de que la pluralidad tanto teórica como metodológica no significa mezcla o simple sumatoria, esta coincidencia podría augurar que los avances en la resolución de los problemas apuntados depende, en gran parte, de la incorporación de un debate superador en los escenarios en los cuales se produce la investigación en ciencias sociales sobre la recepción, el consumo y los públicos de la radio y la televisión. Debería ser una tarea a realizar con cierta urgencia en la medida en que el campo histórico de los medios tradicionales está cambiando velozmente. Como sostiene Grossberg (2012) con respecto, por ejemplo, a la televisión ella es “múltiple” y aunque quizá siempre lo ha sido, en la actualidad su consumo y recepción conllevan prácticas difíciles de comprender con las teo-

rías tradicionalmente disponibles. La mayoría de los autores coinciden en que tanto la radio como la televisión han pasado a ser ensamblajes de dispositivos tecnológicos asociados a innumerables y novedosas prácticas por parte de los actores sociales. Estas permanentes transformaciones históricas necesitan avances en mínimos consensos teóricos acerca de aquellas cuestiones que es necesario discutir: la actividad en la recepción de los públicos, la capacidad de apropiación en contextos diferentes y frente a géneros y tecnologías variadas y los alcances de la determinación o de la posible reconfiguración mutua entre la oferta cultural y el consumo, por nombrar aquellos que son más recurrentes. Estos tópicos están demandando avances que permitan decir más o discutir mejor aquello que ya ha sido dicho.

En síntesis, tanto las dificultades conceptuales para clarificar prácticas cotidianas de los públicos, por un lado, como sus puestas en relación con los medios en sus cambiantes y abundantes articulaciones y ensamblajes posibles con los diferentes dispositivos tecnológicos actuales exigen propuestas y debates productivos. Esto es, arriesgados y novedosos sin dejar de ser orientadores y útiles para los investigadores de este campo de estudios.

Referencias bibliográficas

- CALETTI, S. (1993), "La recepción ya no alcanza", en *Breviario de la carrera de Comunicación*, Universidad de Buenos Aires, N° 3, pp. 23-27.
- DE FLEUR, M. y BALL-ROKEACH, S. (1982), *Teorías de la comunicación de masas*, Paidós, Buenos Aires.
- GRIMSON, A. y VARELA, M. (1999), *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre la televisión*, Eudeba, Buenos Aires.
- GROSSBERG, L. (2012), *Estudios culturales en tiempo futuro. Cómo es el trabajo intelectual que requiere el mundo de hoy*, Siglo XXI, Buenos Aires.
- HALL, S. (1980), "Encoding/Decoding", en HALL, S. y otros (eds.), "Culture, Media, Lenguaje. Working Papers", en *Cultural Studies*, Hutchinson, Londres, pp. 128-138.
- JENSEN, K. y ROSENGREN, K. (1997), "Cinco tradiciones en busca del público", en DAYAN, D. (comp.), *En busca del público*, Gedisa, Buenos Aires, pp. 335-370.

- LANDI, O. (1987), *Mirando las noticias*, en VERÓN, E., L. ARFUCH, M.M. CHIRICO, N. GOLDMAN, O. LAND, I. GONZÁLEZ BOMBAL y E. DE ÍPOLA, Hachette, Buenos Aires.
- (1992), *Devórame o otra vez. Qué hizo la televisión con la gente, qué hace la gente con la televisión*, Planeta, Buenos Aires.
- MACASSI LAVANDER, S. (1993), “Recepción y consumo radial. Una perspectiva desde los sujetos”, *Diálogos de la comunicación*, N° 35, FELAFACS, Lima.
- MARAFIOTTI, R. (2005), *Sentidos de la comunicación. Teorías y perspectivas sobre cultura y comunicación*, Biblos, Buenos Aires.
- MARTINEZ LUQUE, S. (2015), *Rádios, música de cuarteto y sectores populares. Análisis de casos. Córdoba 2010-2011*, CEA, Córdoba.
- MATA, M.C. (1991), “Memorias de la recepción. Aproximaciones a la identidad de los sectores populares”, *Diálogos de la Comunicación*, N° 30, FELAFACS, Lima.
- MATTELART, A. y MATTELART, M. (1991), “La recepción: el retorno al sujeto”, *Diálogos de la Comunicación* N° 30, FELAFACS, Lima, pp. 10-17.
- (2005), *Historias de las teorías de la comunicación*, Paidós, Barcelona.
- MC QUAIL, D. (1983), *La acción de los medios*, Amorrortu, Buenos Aires.
- MILANI, M.T. (2009), “La participación del público en los medios, entre la construcción de espacios y el encuentro con otros”, Tesis de Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea. Centro de Estudios Avanzados. Universidad Nacional de Córdoba. <http://www.cea.unc.edu.ar/tesis/tesis-maestria-en-comunicacion-y-cultura-contemporanea>.
- MORLEY, D. (1992), *Television, audiences & cultural studies*, Routledge, Londres y Nueva York.
- RUSCONI, C. (2009), “*El noticiero televisivo como nuevo espacio público*”, Tesis Maestría Comunicación y Cultura Contemporánea, CEA-UNC, Córdoba. <http://www.cea.unc.edu.ar/tesis/tesis-maestria-en-comunicacion-y-cultura-contemporanea>.
- RUSCONI, C. y MOLINA, S. (1996), *Escuchar radio*, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Departamento de Ciencias de la Comunicación, UNRC, Córdoba.
- SILVERSTONE, R. y HIRSCH, E. (1992), *Consuming technologies. Media Information in Domestic Spaces*, Routledge, Londres y Nueva York.
- STEVENSON, N. (1998), *Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva*, Amorrortu, Buenos Aires.

- THOMPSON, J.B. (1990), *Ideology and Modern Culture*, Stanford University Press, Stanford.
- (1998), *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Paidós, Buenos Aires.
- TUDOR, A. (1995), “Culture, Mass Communication and Social Agency”, en *Theory, Culture & Society*, SAGE, vol.12, Londres, pp. 81-107.

Corpus analizado

- ARQUEROS, N., MUÑOZ, A., GEAT, A., BENÍTEZ, S. y TORRES, D. (2012), *Resistencia: escuchar, pensar, hablar y hacer. La radio como herramienta de transformación*, s/r, Resistencia.
- BERTI, S. y CANTÚ, A. (2011), “Telenoche construye las protestas, las audiencias las deconstruyen”, en *XV Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación*, Río Cuarto, 15-17 de septiembre.
- CALMELS ARANCIBIA, J. (2006), “La TV que nos alimenta: un acercamiento a las audiencias”, *Congreso RedCom*, San Juan.
- CARLES, MARIANA (2008), “La telenovela en Tucumán: la incidencia de los discursos identitarios en la decodificación de productos culturales”. Recuperado de <https://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero39/tvtucu.html>.
- CONTRERAS BAZÁN, G. (2004), “Consumos culturales en la ciudad de La Rioja”. Recuperado de www.sincacultura.com.
- DUEK, C. (2012), *El juego y los medios. Autitos, muñecas, televisión y consolas*, Prometeo, Buenos Aires.
- ECHEVARRÍA, M.C. (2008), “Lectura activa de los medios de comunicación social”, Ponencia presentada en el I Congreso Internacional/II congreso Nacional de Educación, Córdoba, Argentina.
- FASSANO, P., ARACH MINELLA, K. y RAMÍREZ, G. (2009), *Capacitación en comunicación comunitaria: el lugar de la cultura popular*, Ediciones UNER, Paraná.
- GODOY, N., PENNA, F. y ANDRADE, M. (2008), “¿Qué incidencia mediática tiene Radio Universidad en la comunidad de la ciudad de San Luis?”, en *XII Jornadas de la Red Nacional de Investigadores en Comunicación*, Rosario, 16, 17 y 18 de octubre. Recuperado de <http://www.redcomunicacion.org/>.

- GRILLO, M. (2006), “La participación del público en el noticiero televisivo o la política en el mercado”, en GRILLO, M., RIZZO, A. Y BERTI, S., *Con los medios de por medio* (comps.), Ediciones UNRC, Río Cuarto.
- LAPUENTE, M. (2009-2010), “Recepción televisiva en la adolescencia. Ciclo de vida y gramáticas de reconocimiento”, *La Trama de la Comunicación*, N° 14, pp. 10 -20.
- LEONA, P. (2008), “Lectores y Oyentes”, *Cuadernos críticos de comunicación y cultura*, N° 5.
- MARTIN, M.V. (2005), *Jóvenes mediáticos: los consumos culturales en la configuración de las identidades*, UNLP, La Plata.
- SGAMMINI, M. (2011), *Televisión y vida cotidiana. La domesticación del cable en córdoba*, EDUVIM, Villa María.

USO Y APROPIACIÓN DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN. UNA APROXIMACIÓN A SU INVESTIGACIÓN EN LA ARGENTINA

Sebastián Benítez Larghi y Carolina Duek

Presentación

El análisis de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) y de la investigación sobre ellas, demanda una aproximación compleja porque su propia existencia en las sociedades contemporáneas es producto de diferentes tensiones y desarrollos de campos diversos. Desde las ciencias aplicadas, la ingeniería (en sus múltiples versiones), el diseño, hasta las ciencias sociales: todas las disciplinas convergen en un punto para ordenar la manera en la que las nuevas tecnologías se conciben, diseñan, presentan y (en los mejores casos) circulan y adoptan por parte de los consumidores y receptores. Fidler (1998) identifica estos procesos con una noción interesante, la *mediamorfosis*, que consiste en concebir la evolución de los dispositivos en el proceso histórico en el que se insertan pero, a la vez, identifica la aparición de los nuevos soportes y dispositivos como parte de una co-evolución.

Para Fidler, hay una coexistencia y una convivencia entre nuevas y viejas maneras de comunicarse y las nuevas invenciones no suponen, necesariamente, reemplazos sino que forman parte de un encadenamiento del pasado en las invenciones presentes. La aparición de la televisión generó muchos pronósticos terribles para la radio: desde su desaparición hasta su inutilidad. Hoy, muchísimas décadas después, podemos identificar la coexistencia entre ambos medios y soportes pero, a la vez, su evolución en lo que respecta a la calidad de la transmisión y de contenidos (Flichy, 2013). Es por ello que analizar los procesos en términos de *mediamorfosis* es abordar todas las formas de comunicación del pasado y del presente y construir conjeturas e hipótesis sobre el futuro de los dispositivos, de los soportes, de los usos y de las apropiaciones. “Si mira-

mos al sistema de medios de comunicación como un todo, veremos que los nuevos medios no surgen por generación espontánea ni independientemente” (Fidler, 1998: 57).

Williams (1974) sostiene que es necesario restaurar la *intención* en el proceso de investigación y desarrollo de las nuevas tecnologías. Y es por ello que identifica una necesidad (que no necesariamente es explícita) a la que las invenciones y avances dan una respuesta. En este sentido, la tecnología es “buscada” y desarrollada con objetivos específicos y prácticas que están previamente concebidas (si bien luego pueden cambiar, distorsionarse y hasta ser contrarias a lo imaginado).

Varela (2005), en su investigación sobre la televisión, identifica diferentes elementos que formaron parte del imaginario social en el momento de la aparición de la televisión (que periodiza en diferentes etapas, véanse pp. 15 y ss.) y sostiene que la apropiación de la televisión por parte de la sociedad demoró casi veinte años. El miedo, la desconfianza y lo oneroso que era adquirir estos bienes, los ubicaban en un terreno de la duda y de temores. Y aquí reaparecen los argumentos de Fidler sobre *mediamorfosis*: la irrupción de nuevos dispositivos, soportes y medios de comunicación atraviesan diferentes etapas necesarias hasta su expansión, consolidación y final naturalización (cristalizada en expresiones como “no podría ya vivir sin mi celular”, por reconstruir uno de los tantos ejemplos posibles).

Gubern (2000) describe los hogares (de clase media, con acceso a los dispositivos y a la conectividad) como “cuevas aterciopeladas” desde las que se puede participar, trabajar, comprar e interactuar con el mundo exterior *gracias* a las nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Estas cuevas serían la culminación de los procesos que estamos comenzando a presentar: la informatización llevada a sus extremos (imaginemos la imposible conectividad global total y el acceso igualitario y democrático a las pragmáticas de uso) y la modificación (¿irreversible? ¿revolucionaria? ¿magnífica?) de las formas de comunicación entre las personas.

Co-existencia, convivencia, intención, apropiación, “cuevas aterciopeladas”: cinco palabras clave que nos introducen al universo sobre el cual se proyecta y despliega este capítulo. Indagar las condiciones de producción de las investigaciones es siempre la clave de acceso para pensar y reflexionar sobre las TIC. Las preguntas, las hipótesis y los arcos conceptuales que vamos a recorrer son aquellos que relevamos a lo largo de nuestra tarea de

(meta) investigación orientada al consumo, al uso y a la apropiación de las TIC.

Objetivos e hipótesis: acerca de la investigación

El objetivo del presente capítulo es abordar la investigación realizada sobre las prácticas, las apropiaciones y el consumo de dispositivos y plataformas vinculadas con las TIC. La investigación local sobre este sub-campo –aún en desarrollo dentro del campo de estudio sobre los consumos culturales– es, a la vez, amplia y acotada.

En este sentido, diseñamos tres hipótesis con las que trabajamos a lo largo del capítulo como manera de construir una aproximación productiva al corpus de trabajo. En primer lugar, sostenemos que la investigación sobre TIC no incluye en sus libros, capítulos, artículos y ponencias una reflexión sobre la caducidad de los temas, objetos y conceptos abordados. Los cambios, los nuevos dispositivos y plataformas de contacto modifican de manera constante y sostenida las prácticas de recepción y, a su vez, vuelven caducas conclusiones de investigaciones científicas que son vigentes por períodos cada vez más acotados. Esta dimensión, sostenemos como hipótesis, no aparece como elemento de las reflexiones del corpus.

En segundo lugar, sostenemos que la investigación sobre uso de redes sociales y espacios vinculados con las TIC aparece con frecuencia en el corpus dada la facilidad de acceso a las interacciones y publicaciones de los usuarios. De este modo, las limitaciones de financiamiento para realizar investigaciones a largo y mediano plazo se desplazan hacia “análisis de casos” que son acotados y accesibles por el mero acceso a los dispositivos (y al contacto con los informantes potenciales y/o con sus cuentas activas en redes sociales, plataformas y demás dispositivos).

En tercer lugar, la investigación sobre uso, apropiación y consumo de TIC no solo es sencilla de realizarse por la accesibilidad a los informantes sino que, en los casos de análisis de redes sociales, plataformas on line y demás posibilidades, las competencias necesarias para el manejo de las acciones en dichos espacios son verdaderamente sencillas y no precisan de alfabetizaciones especiales ni de pragmáticas de uso para iniciarse. Es por ello que estos espacios de interacción y de conexión con otros con baja

demanda en lo que respecta a las habilidades aparecería como “competencia desleal” con las demandas de las escuelas y de los diseños curriculares que sí (y muy lógicamente) demandan del niño y joven alumno una serie de destrezas y aprendizajes escalonados y articulados.

Será a través de estas tres hipótesis que presentaremos los resultados de la investigación sobre las publicaciones académicas sobre TIC, usos, apropiaciones y consumo. El capítulo está organizado en diferentes apartados para ordenar la argumentación: acerca de la construcción de los objetos de estudio; formatos y sistematizaciones; palabras clave y, finalmente, abordajes y estrategias metodológicas.

Estos ejes son los que nos permitirán presentar los resultados articulando en cada eje y en cada análisis una mirada transversal sobre el corpus para poder extraer conclusiones que, si bien no serán definitivas, sí nos van a permitir identificar las principales formas de hacer investigación sobre uso, apropiación y consumo de TIC en la Argentina contemporánea.

Acerca de la construcción de los objetos de estudio

La aparición de las TIC ha suscitado un enorme interés dentro de las ciencias sociales contemporáneas. En este sentido, existe un consenso acerca de que asistimos a una revolución tecnológica casi sin precedentes. Es por ello que, a medida que la computadora, Internet y el teléfono celular se fueron sumando a nuestra vida cotidiana, la inserción de estas tecnologías en el ámbito del trabajo, el consumo, la cultura y la política ha constituido el objeto de estudio de numerosos especialistas. Desde diversos ángulos se observa la relación de las TIC y los procesos de producción y circulación de mercancías, los modelos de trabajo y los hábitos de ocio, las formas de comunicación interpersonal y los mecanismos de participación y representación política. La preocupación aparece puesta entonces en los posibles cambios generados en torno a las nuevas tecnologías en las distintas esferas de la vida social. Esta temática ha tenido un desarrollo exponencial en los últimos años. Distintas disciplinas sociales han abordado el estudio de las TIC privilegiando diferentes dimensiones de análisis. Sin pretensiones de ser exhaustivos —que, dada la vastedad del universo, sería imposible— en líneas generales podemos resumir estos abordajes en torno a los

siguientes tópicos: la interrelación entre el surgimiento de las nuevas tecnologías, las transformaciones societales contemporáneas y la conformación de la llamada “sociedad de la información”; la relación TIC, infancias y juventud(es) con especial interés en la producción de subjetividades, la sociabilidad y la dimensión de lo lúdico; la semiosis propia de los nuevas tecnologías y el estudio de nuevos lenguajes y formas de escritura.

Dentro de esta amplitud, y sin desconocer la riqueza y pertinencia de cada una de las dimensiones, el presente capítulo se propone reconstruir el estado de la cuestión de aquellas investigaciones sociales dedicadas a estudiar los procesos de uso y apropiación de las TIC en la Argentina contemporánea.

En relación a la construcción del objeto de estudio, destacamos tres elementos centrales característicos del corpus analizado: a) los fenómenos abordados y su devenir cronológico; b) la problematización teórica del vínculo entre lo social y lo tecnológico; c) los modos de abordaje privilegiados.

Si bien ya desde sus comienzos, los estudios de las TIC nunca ignoraron el rol activo de los usuarios (dado que su manipulación resultaba evidente), los análisis se limitaron, en un primer momento, a las interacciones en el ciberespacio como experiencias paralelas al mundo real obviando la influencia de las dimensiones de la vida cotidiana presentes en todo proceso de apropiación. Luego, desde comienzos del siglo, esta tendencia comenzó a ser revertida otorgando más peso a la contextualización y a las conexiones entre el mundo *on line* y el mundo *off line*. Así, los trabajos que conforman el corpus analizado comparten esta nueva perspectiva. Sin embargo, se observa que los fenómenos abordados por los trabajos del corpus se fueron desplazando a lo largo del período abarcado (2000-2012). Mientras que en los primeros años del siglo persistía una fuerte preocupación por la cuestión del acceso a la tecnología y sus vínculos con las desigualdades sociales —cuestión que se pone de manifiesto en la apelación recurrente a la noción de brecha(s) digital(es)— (Bianchi, López y Perera, 2008; Marchetti y otros, 2008; Monje, s/d, entre otros); a medida que el acceso a la computadora, la telefonía celular y las conexiones a Internet fue masificándose, el foco de atención pasó a concentrarse en los usos de estos artefactos: primero en la aparición de los blogs (Sandoval, 2008) y, más específicamente hacia el final de período, en el fenómeno de las redes sociales (Remondino, 2012; Arabito, 2011; De la

Torre y Vaillard, 2012, son algunos ejemplos) y en las nuevas formas de producción de contenido (Jacobo, 2011). Así, podemos afirmar que este desplazamiento de los accesos a los usos y apropiaciones nos habla de una construcción del objeto de estudio donde la investigación persigue el devenir del propio movimiento de los artefactos, plataformas y usos.

En cuanto al modo de problematización del vínculo entre tecnología y sociedad, podemos afirmar que, a pesar de partir de una amplia variedad de propuestas, abordajes y corpus teóricos, todos los estudios analizados tienen como denominador común una fuerte preocupación respecto a qué hacen los sujetos con/frente/a través de las TIC. En este punto se observa una inquietud común, a veces más explícita y otras implícitamente, por no caer en ningún tipo de reduccionismo, ni tecnológico ni sociológico. Podríamos decir que a nivel teórico se intenta evitar posiciones tanto apocalípticas como integradas respecto al potencial transformador de las TIC pero al mismo tiempo existe un lineamiento ideológico que prevalece: en líneas generales la concepción de la tecnología se construye desde una perspectiva socio-técnica. Este balance permanente se manifiesta en el uso problematizado de la noción de impacto como punto de equilibrio que matiza tanto posturas que consideran a la tecnología como el locus del cambio social como relativismos sociológicos que otorgan plena omnipotencia a los usuarios. Es decir, aparece como idea fuerza de los trabajos la problematización de la categoría de impacto alejándose de la noción funcionalista de efectos pero también de la noción del receptor multi-acentuatedo propio de la etnografía de audiencias.

El texto de Marchetti y otros (2008) es un buen ejemplo. Si bien allí los autores construyen un problema de estudio poco frecuente dentro de la literatura sobre el tema como los vínculos entre discapacidades, TIC y desigualdades, el marco teórico que le da sustento ilustra de manera cabal el balance entre posiciones apocalípticas e integradas en la medida que el uso y la fusión de medios dependen de las capacidades de los sujetos para domesticar los artefactos. “En este marco, el sujeto es un sujeto de cambio que trastoca, modifica todo aquello que le es presentado y por lo tanto hace necesario remitirse a las prácticas individuales y a la acción creadora de quienes deciden exponerse ante los dispositivos de comunicación” (Marchetti y otros, 2008: 3) Así, la perspectiva del actor aparece recurrentemente recuperada como preocupación central y, por ende, relativizando

el argumento que posiciona a las TIC como objetos fetichizados capaces de reducir o superar las desigualdades por sus cualidades intrínsecas. El foco está puesto entonces en las mediaciones (económicas, sociales, culturales, simbólicas) que constituyen los procesos de apropiación. Las categorías de pantalla, interfaz y dispositivo dan cuenta de estos procesos, por cuanto se trata de “categorías que nos permiten acercarnos a esta complejidad e imbricación entre producción y consumo, en un entorno digitalizado. [...] la interfaz activa la inmediatez, y la pantalla es lo que la soporta; la interfaz es un ‘entre dos’ que define el tipo de relación que se establece con el usuario, reconstruyendo y alterando al mismo tiempo las dos identidades (hombre-máquina)” (Marchetti y otros, 2008: 1). Desde esta perspectiva, algunas discapacidades producen una alteración y hasta la pérdida de algún sentido o función. Esto genera el reemplazo o máximo desarrollo de otras funciones o sentidos con la consecuente adquisición de otras habilidades y destrezas. A partir del uso de las TIC, las personas con discapacidad extienden alguno de los sentidos o funciones carentes, suplantando su ausencia, y de esta manera puede entenderse una alteración de la proporción sensorial. La ausencia, la carencia, disminuye sus efectos al entender a las tecnologías como prótesis del propio cuerpo. El teléfono móvil, por ejemplo, “devuelve” a los sordos la capacidad perdida de comunicarse de igual modo que las personas que oyen a través de un “lenguaje común” como es el SMS. De este modo, “las tecnologías parecen tener una función social-humana para la cual no fueron en principio pensadas, que excede el mero hecho de estar comunicados, adquiriendo un significado mucho más rico” (Marchetti y otros, 2008: 6). Por lo tanto, existe una divergencia tecnológica tanto desde el punto de vista de la producción como, consecuentemente, de la recepción. En este marco en el que los dispositivos y soportes tecnológicos se han multiplicado y perfeccionado en un proceso de convergencia generando audiencias divergentes, la discapacidad empieza a entenderse como una cuestión de divergencias, de diversidad de necesidades y no como una cuestión de limitación personal.

La cuestión de la divergencia entre producción y recepción da cuenta del margen de interpretación que todo proceso de codificación habilita. Ya decía Hall en su famoso artículo “Codificar/Decodificar”, “los códigos de codificación y decodificación pueden no ser perfectamente simétricos” (Hall, 1979: 3). Allí se despliega un campo de interpretación con un am-

plio abanico de posibilidades de “lecturas” (ya sea de mensajes simbólicos como de los significados otorgados a los artefactos). Estas posibilidades van desde el reconocimiento pleno y la identificación con las intenciones del emisor/diseñador hasta la resistencia, pasando por diversas instancias de negociación que devienen en un uso divergente o tergiversador. El posicionamiento teórico de los trabajos del corpus y la marcada preocupación por el equilibrio ponen de manifiesto que estas posibilidades no son infinitas. Es decir, el usuario no puede ejercer una lectura con plena autonomía sino que esta es relativa por cuanto todo proceso de codificación implica, al mismo tiempo, la intención de imponer un patrón de lecturas preferente. “Cualquier sociedad o cultura tiende, con diferentes grados de clausura, a imponer sus clasificaciones del mundo político, social y cultural. Estas constituyen el orden cultural dominante aunque no sea unívoco o no contestado” (Hall, 1979: 6).

Finalmente, cabe hacer dos señalamientos respecto a los modos de abordaje elegidos en la construcción de los objetos de estudio como marca característica de este sub-campo de los consumos culturales dedicado a los usos y apropiaciones de las TIC. Por un lado, se observa una tensión entre la descripción de la novedad de los objetos y la necesidad de sistematizar lo existente para abordarlos. Cuestión que nos habla de un sub-campo aún no constituido, que permanentemente oscila entre la actualización frente al vertiginoso devenir de los fenómenos abordados y la revisión de los conocimientos acumulados. De allí que cada una determinada cantidad de trabajos sostenidos en trabajos empíricos aparezcan esfuerzos de sistematización de los hallazgos. Se trata de esfuerzos que se canalizan ya sea por vía de la reconstrucción de estados de la cuestión como por vía de trabajos eminentemente teóricos que, muchas veces, adopta un formato ensayístico, cuestión que también da cuenta del estado en proceso de consolidación del sub-campo de estudio. Por otro lado, debe señalarse otra invariante cultural de la investigación de este sub-campo: se trata de investigaciones que por lo general resultan muy fechadas. Es decir, la mayoría de los estudios construyen sus objetos muy atados a modalidades de accesos, programas o plataformas relevantes al momento de realizar la investigación pero que sus conclusiones quedan desactualizados tan solo en un par de años. De esta forma, continuamente se camina al filo de la caducidad. ¿Qué nos permiten pensar

hoy las investigaciones realizadas en los ya prácticamente extintos cibercafés? ¿Cuán válidos serán los hallazgos sobre los modos de sociabilidad en redes sociales virtuales como Facebook o Twitter cuando estas ya no ocupen el centro de la escena? En este sentido, podríamos concluir que esta caducidad no hiere la legitimidad de la investigación pero sí la de sus resultados.

Formatos y sistematizaciones para constituir el sub-campo

Uno de los datos interesantes que se desprenden del corpus (que, reiteramos, no contiene la totalidad del universo de las investigaciones existentes) es la distribución de los formatos de publicación: los libros completos sobre el tema son excepcionales mientras que las ponencias y presentaciones a congresos y jornadas y los capítulos tienden a ser los modos preferenciales de publicación. Por supuesto que esta dinámica se vincula con la ya mencionada caducidad de los temas de investigación y, también, con la necesidad de presentar sistematizaciones que abran el sub-campo de investigación como tal.

El libro de Finquelievich y Prince (2007) titulado *El (involuntario) rol social de los cibercafés* es una de las excepciones que encontramos junto con *Los usos de las Tics. Una mirada multidimensional*, de Quintar, Calello y Aprea (también de 2007) y, del mismo equipo, el libro compilado por Roxana Cabello titulado *Yo con la computadora no tengo nada que ver. Un estudio de las relaciones entre los maestros y las tecnologías informáticas en la enseñanza* de 2006. Estos tres libros nos invitan a la reflexión sobre las características de los objetos de estudio abordados y, también, nos convocan a identificar los intentos de sistematización bibliográfica e investigativa existentes. No es casual que entre 2006 y 2007 encontremos estas tres publicaciones: hay una necesidad creciente de organizar el sub-campo, de delimitar sus alcances, preocupaciones y dinámicas.

Dijimos más arriba que la caducidad de los objetos de estudio se vinculaba con un tiempo de avances y de presentación de nuevos dispositivos en sociedad pero que eso no le quitaba legitimidad (pragmática ni procedimental) a las investigaciones publicadas. En síntesis, relevamos una preocupación por sistematizar, organizar y delimitar un área temática en tanto un sub-campo.

El cuarto libro que encontramos en la constitución del corpus para este capítulo es de 2008 y se titula *Ciberculturas juveniles*, editado por Marcelo Urresti. El libro comienza con la presentación de las preguntas de la investigación colectiva que dio pie a la existencia del libro: “[...] el ciclo posterior de indagaciones comenzó con una lectura profunda del estado del arte en la materia, actividad que mostró rápidamente el vasto terreno por recorrer, pleno de promesas e incógnitas que reclamaban intervención y esclarecimiento” (Urresti, 2008: 8). En el comienzo nos encontramos con el problema ya mencionado: la definición de un sub-campo dentro de las ciencias sociales que releve las preocupaciones, investigaciones y nociones centrales para abordar la relación de (en este caso) los jóvenes con las TIC en diferentes contextos de uso y apropiación.

Urresti presenta, a continuación, un capítulo en el que se propone sintetizar los textos centrales y las nociones fundacionales del sub-campo en el que se asienta la investigación: ciberculturas juveniles, vida cotidiana, subjetividad, pertenencia y TIC. “Es entonces en el contexto de una sociedad *massmediatizada* que las nuevas tecnologías de la comunicación y la información encuentran el terreno propicio para desarrollarse” (ibídem: 21). La noción de ruptura en relación con un estado social anterior y las formas de vinculación son elementos que recorren todo el libro (con especial énfasis en la primera y en la segunda sección). Los usos, las apropiaciones se organizan según diferentes dimensiones de análisis que selecciona el equipo de trabajo: el uso de Internet por parte de jóvenes de clase alta (Pahor, 2008), la relación entre Internet y los jóvenes de clase media (Fernández Jeansalle, 2008) y el texto de Bouille (2008) sobre los cibercafés y los jóvenes de sectores populares urbanos. Estos tres trabajos analizan los diferentes usos y relaciones posibles en y a través de las TIC.

Los jóvenes entrevistados por Bouille sostiene que usan Internet para acceder “más rápida y fácilmente a la información para la escuela, poder prescindir de los libros que tienen un costo mayor, comunicarse de manera más económica que la que ofrece el teléfono, poder conseguir artículos (como los celulares) más baratos y acceder a cierta información específica particular (por ejemplo, manuales de usos)” (Bouille, 2008: 120). Aquí aparece como elemento clave la ausencia, en los años de investigación previos a la publicación, de las redes sociales como Facebook que, según estudios actuales, ocupa una inmensa mayoría del tiempo, de los

usos y de las apropiaciones de los jóvenes de todas las clases sociales en relación con las TIC –véase por ejemplo la *Encuesta Nacional de Consumos Culturales* (2014) para precisar estos datos–.

La segunda sección del libro se ocupa de los *blogs* y de los *fotologs* (Goszczynsky, 2008), del software libre (y la relación con los hackers) (Vannini, 2008) y de los llamados *webmasters* (productores y diseñadores de páginas web) (Bonacci, 2008). Todos estos temas, si bien relevantes, despliegan las limitaciones respecto de la vigencia de los dispositivos y temas: el avance de las redes sociales en la definición de los usos y de las plataformas de interacción ha sido a la vez abrupto y exponencial dejando el espacio de los *blogs*, *fotologs* y de los *webmasters* en un lugar desplazado de la centralidad de la escena. No decimos que hayan desaparecido del sub-campo sino que ocupan una segunda posición, una segunda línea luego de las plataformas multimediales de las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, entre otras.

Probablemente, en no mucho tiempo, este texto que escribimos tenga las mismas dificultades que observamos, ya no en Urresti (2008) sino en la totalidad de la bibliografía que compone este corpus. Pareciera que los tiempos académicos están seriamente desacompañados a los de los dispositivos o, en otra hipótesis, simplemente no hay forma de seguir el ritmo industrial/comercial de presentación de novedades (o pseudo-novedades) por parte del mercado de bienes y servicios. Encontramos una amplia variedad de textos sobre las TIC que no abordan la recepción que están vinculados con preocupaciones de la economía política: la colección “Futuribles” de editorial La Crujía, por ejemplo, Becerra (2003) [*Sociedad de la Información: proyecto, convergencia, divergencia*], Mastrini, Loreti y Baranchuk (2007) [*Participación y democracia en la sociedad de la información*], solo por mencionar algunos de los investigadores (y equipos) destacados sobre el tema.

El abordaje del corpus en relación con los formatos, temas y formas de publicación nos devela, en esta aproximación, un universo complejo de investigaciones en el que encontramos un desajuste de los tiempos del mercado y los de producción académica pero, también (y complementariamente), una necesidad constante de sistematizar y organizar la bibliografía existente en estados de la cuestión que permitan visibilizar el sub-campo de manera clara (y provisoria).

Palabras clave

La inmensa variedad de opciones a la hora de identificar tres o cuatro palabras clave para ubicar un texto en un área de investigación hace difícil la organización de muchos textos de un corpus a la luz de estas palabras seleccionadas. En muchos textos del corpus no estaban consignadas las palabras clave y tuvimos que intervenir definiéndolas para poder procesar todos los textos en función de las mismas categorías.

En el camino de síntesis y de análisis encontramos una manera de organizar los textos del corpus en cuatro grandes ejes que se ordenan en función de palabras clave:

- a. Uso/apropiación
- b. Lectura
- c. TIC/Dispositivos
- d. Redes sociales

Será a través del abordaje de estas cuatro palabras clave que trabajaremos, en este apartado, el corpus seleccionado de autores y de investigaciones.

Usos/Apropiaciones

La presencia de la preocupación por los usos y por las apropiaciones que diferentes grupos, subgrupos, (segmentos de) clases sociales y demás agrupaciones posibles, ocupa una inmensa parte del corpus con el que trabajamos. Abordar la relación entre los sujetos sociales y las TIC alejados de una perspectiva determinista, abre un universo productivo de investigación pero, a la vez, demanda precisiones teórico-conceptuales que cada texto retoma y define.

En el texto de Benítez Larghi *et al.* (2012) se define como objetivo: “explorar de qué modo los jóvenes de sectores populares urbanos se apropian de las TIC en un contexto de acceso público compartido, y de qué manera condicionan sus usos tecnológicos los diferentes tipos de espacios que ofrecen acceso público” (2012: 11). Encontramos, en esta cita, la definición del objetivo de investigación (modos de apropiación/condicionamientos de uso) y de un contexto específico (acceso público compartido).

No encontramos textos que no se planteen la cuestión del acceso y la definición específica de un contexto y ejes de análisis. Y ese no es un elemento menor a la hora de analizar el corpus.

Por otra parte, en el texto de Alzina, Benyo y Durán Prieto (2011), se plantean el acceso a las TIC como forma de hacer frente a la “brecha digital” y, a la vez, contribuir a la formación de opinión y a la democratización en el marco de asambleas barriales: “hay un reconocimiento por parte de estos actores de que existe algún tipo de limitación por estar excluidos de las TIC [...] sostenemos por ello que el verdadero impacto de las TIC se ha producido en el plano de las expectativas de los integrantes de estas organizaciones barriales que han expresado su deseo de usar las nuevas tecnologías para difundir sus actividades, y sus pensamientos” (2011: 15). Respecto de los usos y de las expectativas encontramos en este texto un desajuste: por un lado pareciera que “quedarse afuera” se vincula con la imposibilidad de acceder a las TIC pero, por otro, hay una conciencia de que el acceso no garantiza igualdad frente a otros (aunque sí una posibilidad de contar con herramientas para la formación de opinión sobre temas cercanos).

Continuando la preocupación por la “brecha digital”, Paz (2012) aborda el uso de las TIC con fines educativos: “la brecha digital no es sólo una brecha que se da entre distintos estratos sociales o generacionales, sino que existe una brecha constatable a través del análisis cualitativo, que atañe al contraste entre la enseñanza escolar y otros ámbitos de socialización (2012: 2). Identifica, luego, la forma de uso de la computadora en el aula: “en cuanto al ‘proceso de búsqueda’, que se dice promover, no hay en realidad un efectivo proceso de búsqueda, lo que demanda lectura, contrastación y análisis de la información disponible. Generalmente se quedan con la primera página que encuentran, la que generalmente es Wikipedia” (2012: 9). La falta de análisis y de jerarquización de la información aparece como la principal característica en la definición de la apropiación de las TIC en el aula.

Finalmente, en la relación entre usos, apropiaciones y TIC aparecen “[...] percepciones sobre la computadora e Internet, y los efectos que tiene la relación con esta tecnología en términos de construcción de habilidades, acceso (y permanencia) en el sistema educativo, empleabilidad, sociabilidad, compromiso y participación en la vida pública” (Benítez Larghi *et al.*, 2012: 11). Esta definición de Benítez Larghi nos permite

cerrar esta primera palabra clave: no importa en qué grupo ni en qué contexto se lleve a cabo la investigación; lo que aparece sostenidamente es la relación entre las percepciones de las TIC, las expectativas y las pragmáticas de uso vinculadas con la sociabilidad y la participación pública.

Lectura

Resultó interesante identificar las formas en que la lectura aparecía como una gran preocupación en el corpus. Las transformaciones de la lectura y las nuevas formas que adquiere a la luz de las TIC son los dos ejes que encontramos con más recurrencia en los textos seleccionados.

Albarello sostiene que “la pantalla de la computadora y el dispositivo impreso invitan a dos modos de lectura diferentes, aunque no opuestos, sino que, en muchos casos, son complementarios. [...] La pantalla invita a mantener explícitas las condiciones de lectura por su naturaleza *metamedium* que habilita la posibilidad de hacer varias cosas a la vez” (2001: 205). La simultaneidad y la complementariedad aparecen como dos claves para entender la lectura en la actualidad: no se trata de sustituciones sino de complementariedades. Hoy, según Albarello, se puede leer en la pantalla y de manera simultánea diferentes textos que demandan variables grados de atención. Esta postura (si bien discutible) habilita una visión no apocalíptica en lo que concierne a la lectura en la actualidad. No se trata de analizar la lectura como una práctica del pasado sino de encontrar en ella los rasgos propios de los tiempos contemporáneos.

Maestri (2011), en la misma línea, al definir a las audiencias digitales sostiene que: “la comunicación provoca la conjunción de medios de comunicación y tecnologías de la comunicación e información dando lugar a la *convergencia de medios*. [...] la implicancia entre diferentes medios de comunicación y a los cambios culturales que se derivan de la interactividad entre los sujetos” (2012: 30). La convergencia es abordada aquí como un rasgo de la actualidad que debe ser comprendido como uno de los elementos clave para la reconfiguración de las prácticas. Los nuevos soportes y dispositivos habilitan nuevas formas de vinculación y de caracterización de las audiencias en tanto lectoras y productoras de mensajes.

Cornejo y Tapia (2011) cierran esta entrada caracterizando las relaciones interpersonales actuales y detallando las modificaciones que se han dado a la luz de las TIC en lo que respecta a la relación con las aplicaciones y soportes y, también, con las formas de lectura y de recepción.

La lectura es una preocupación clave que se releva en la bibliografía y se vincula con la historia misma del campo de la comunicación y la cultura y con las herramientas metodológicas que se han utilizado (y que se utilizan) para desarrollar investigaciones sobre las TIC. Leer, producir, escribir e interactuar aparecen como cuatro dimensiones clave de la vida cotidiana de las audiencias digitales, tal como las define Maestri (2011).

TIC/Dispositivos

La interacción con y a través de los dispositivos aparece, como dijimos, como una gran preocupación del sub-campo. No se trata solo de analizar qué hacen las audiencias con los dispositivos sino identificar las formas en las que se construyen entramados (inestables) a través de los soportes que habilitan las TIC. Es por ello que la tercera palabra clave la conforman las TIC/Dispositivos en tanto variables fuertemente intervinientes en las prácticas de producción, apropiación, consumo, uso y recepción.

Andrés (2012) contrapone la noción de interactividad con la de “interpasividad” y sostiene que: “la actividad del internauta sería una falsa actividad, ya que en realidad es un aparato el que realiza la actividad de mirar, navegar e, incluso, gozar. Desde esta perspectiva, la computadora o el teléfono móvil son los que actúan y, por lo tanto, la participación no sería tal: todo acontece como si el usuario fuese activo al intervenir en las redes y producir contenidos, pero en la mayoría de los casos solamente se encuentra delante de un aparato seleccionando opciones y navegando de un sitio a otro” (Andrés, 2012: 106).

De manera muy polémica, Andrés plantea una diferenciación en la que aparece “subjetivado” el dispositivo y el sujeto deviene mero operador de una plataforma que desconoce. Es interesante pensar la manera en la que este sub-campo demanda constantemente la re-evaluación y la redefinición de las nociones y conceptos clave para interpretar la relación entre los usuarios y los dispositivos. No se trata de desplazar el goce del sujeto

(que, sostenemos, existe de variadas formas) sino que las características propias de la relación de estos con las TIC está organizada, claramente, en función de los dispositivos, ya no como meros mediadores sino como variables intervinientes de las prácticas y de las acciones posibles (e imposibles) por parte de los usuarios/consumidores (para ampliar esta dimensión consultar Aón y Zapata, 2011).

Moscoloni y Castro Rojas (2011) reconocen que ya no es posible analizar las transformaciones tecnológicas como mero instrumento de cambio cuantitativo, sino que es importante poner en cuestión el uso y los consumos, en los contextos sociales en los que estos se inscriben. La inclusión de los contextos contiene, en todos los casos, una demanda por la precisión del rol de los dispositivos en la organización y disposición de los usos y de las apropiaciones. Sabemos que existe una distancia entre los mensajes y la recepción vinculada con las apropiaciones negociadas, oposicionales y dominantes que definió Hall (1979) y que luego redefinió Morley (1992). Lo cierto es que no hay infinitas formas de vincularse con los mensajes de los medios de comunicación y sus múltiples dispositivos sino direcciones hegemónicas de interpretación y producción consecuente.

Como sostienen Cabello y Moyano (2006) debemos enfocar los usos no solamente en recepción sino también en producción y entender a las TIC como dispositivo tecnológico-social que media positivamente prácticas de conectividad y de producción de conocimiento. Y es aquí donde radica la clave para pensar el lugar que ocupan las TIC y los dispositivos como tercera (gran) palabra clave para analizar nuestro corpus.

Redes sociales

El rol que las redes sociales han adquirido en los últimos años en el subcampo de estudio es impresionante. Decimos esto por la cantidad de publicaciones vinculadas con el tema pero, también, con la facilidad de acceso a los perfiles de usuarios para analizar sus interacciones, la construcción de sí frente a otros (en el sentido de Goffman, 1974) y las relaciones en red en términos generales. La proliferación de estudios se ve claramente en nuestro corpus en la forma de temas, variables y definiciones necesarias a la hora de pensar las “identidades virtuales” como las

llama Passerini (2012). Para esta autora, la modificación de las categorías de tiempo y de espacio son las claves a la hora de analizar la relación a través de las TIC, que “nunca es faz a faz, siempre se haya mediatizada”.

Arabito (2011) sostiene que en muy poco tiempo (nuevamente, el tiempo y el espacio como ejes para reflexionar sobre la contemporaneidad) se dieron importantes cambios: “[...] en un abrir y cerrar de ojos, nació un mundo de posibilidades del tipo DIY (Hacelo vos mismo), y de un momento a otro, quedó claro que la gente común y corriente podría crear material que cualquier otra persona con una conexión a Internet podría ver. Y esa fue la base de la Web 2.0 primero y posteriormente de las Redes Sociales. El prólogo de una experiencia que nos haría ver que la web no es solo una creación tecnológica sino también, profundamente cultural” (Arabito, 2011: 6). En esta línea propone como título “Nos encontramos en Facebook”, como una nueva expresión propia de los tiempos que corren para abordar la interacción en época de redes sociales –en el sentido de Murolo (2011) en la comparación de dos subgrupos–.

Di Próspero (2009), en un avance de su tesis de maestría, sostiene que las formas de uso de Facebook y las prácticas sociales identificables, se ubican en un punto medio entre la “dominación” del dispositivo y la creatividad de la apropiación de las herramientas. Es decir, lejos de posturas deterministas, propone abordar los usos y las prácticas en torno a Facebook y reconoce “pequeñas tácticas” que hacen posible la creatividad (aunque no presenta un abordaje teórico-conceptual que lo sostenga como posibilidad).

El rol de las redes sociales (con especial eje en Facebook) puede explicarse por su novedad, por la potencia con la que se expandió y sumó usuarios pero, también, por la sencillez de su abordaje metodológico y analítico en la investigación. Es por ello que es nuestra última palabra clave. El tiempo dirá de qué manera se organiza la nueva bibliografía en torno a las redes y a las nuevas innovaciones. En lo que sigue, abordaremos las perspectivas y herramientas metodológicas que son, claramente, un tema fundamental a la hora de analizar el corpus.

Abordajes y estrategias metodológicas

Como hemos mencionado, en el corpus analizado prevalece una concepción no determinista de las tecnologías y de los medios de comunicación, ya que se interpreta que los cambios culturales y tecnológicos se influyen mutuamente. El foco aparece puesto, entonces, en los procesos de recepción y en las mediaciones entre sujetos, medios y tecnologías. En líneas generales, la apropiación y el uso de TIC son entendidos como procesos que han transformado las formas de comunicación, las instancias de socialización, el funcionamiento de la economía, las prácticas y los consumos culturales.

En muchos casos los abordajes de estos procesos privilegian perspectivas comparativas sincrónicas, ya sea por generaciones, género, clases sociales y en diferentes escenarios (la escuela, la universidad, la vida cotidiana, el espacio público) (Cabello y Moyano, 2006; Albarello, 2011; Benítez Larghi et al. 2012; Aon y Zapata, 2011; Bianchi, López y Perera, 2008).

Otros trabajos dedican gran parte de su esfuerzo estableciendo un recorrido asincrónico de la evolución del objeto de estudio. Así, por ejemplo Arabito (2011) y Sanguinetti (2008), ofrecen una historización de los cambios tecnológicos analizando el desarrollo de nuevas formas de mediación y, en menor medida, el devenir de la experiencia de los usuarios. La primera sección del libro de Sanguinetti (2008) es elocuente de esto que decimos por cuanto logra contextualizar aquel desarrollo en el marco de procesos de transformación social más amplios. Allí el autor aborda las mutaciones societales desde la década de 1970 hasta la actualidad, poniendo énfasis en las transformaciones culturales y comunicacionales en el marco de los procesos de globalización y la particular inscripción de la Argentina en ellos.

Sanguinetti propone localizar las TIC en la cultura y es por ello que las mediaciones comunicativas deben ser pensadas desde una perspectiva distinta. “Ya no como medios de transmisión, intercambio, difusión, sino como formas y técnicas que modifican y transforman definitivamente nuestra “manera de estar juntos” (Sanguinetti, 2008: 23-25).

Este tipo de perspectiva y el modo de concepción de las TIC que venimos marcando a lo largo de todo el capítulo repercute en las formas de abordaje y estrategias metodológicas privilegiadas por los estudios del corpus.

La primera parte del libro de Sanguinetti está basada en una extensa revisión bibliográfica. Tal como lo anticipa su autor al comienzo del libro. Los ejes planteados en esos capítulos giran en torno a los cambios en la socialidad a partir de la expansión de las TIC; el análisis de categorías como tecnología, técnica y tecnicidades; los modos en que las personas y grupos se apropian del espacio; la política micro y los nuevos sujetos que actúan en un contexto de globalización; los vínculos entre TIC y transformaciones del Estado. A medida que se avanza en las subsiguientes secciones, el libro va perdiendo relevancia para los fines de este capítulo, ya que la preocupación por los procesos de recepción, consumo y apropiación de las TIC se va diluyendo. La segunda parte analiza diferentes modos de vinculación entre la política, los medios de comunicación y las Tecnologías de Información y Comunicación, especialmente en la región de La Plata y Gran La Plata, mientras que la tercera parte está dedicada al análisis de la trama económica y política que opera detrás de los medios a partir del estudio de las normas y leyes que sostienen y legitiman a la Sociedad de la Información en la Argentina. Respecto a la segunda parte del libro, la metodología utilizada en los estudios de caso no resulta uniforme. Ante todo, hay que decir que solamente uno de los capítulos dedica una sección específica para detallar explícitamente la metodología utilizada mientras que en el resto debe deducirse de la presentación de los resultados. Por un lado, parece predominar el análisis de sitios web tanto de organizaciones sociales como de entes estatales o partidos políticos, cuestión que escapa a nuestro eje de análisis, ya que prácticamente no se estudia la recepción o la apropiación de esas plataformas. Solamente en algunos casos se utiliza la técnica de entrevistas. La tercera parte, decididamente fuera de nuestro alcance, está basada en el análisis documental de las normativas y leyes que sustentan el ordenamiento económico-político de los medios en la Argentina. Así, en líneas generales, el libro aparece dominado por el análisis bibliográfico y documental y estrategias cualitativas para llevar adelante el trabajo de campo. Sin embargo, sobre el final del libro, aparece un capítulo sobre usos y apropiaciones de TIC en el Gran La Plata donde se vuelcan –en clave de informe– los datos surgidos de una encuesta aplicada en la región distinguiendo accesos y prácticas más comunes según género, edad, nivel de escolarización y lugar de residencia.

Este ejemplo final da cuenta de un factor recurrente en los estudios del corpus: un predominio de los estudios de corte cualitativo, preferentemente estudios de caso, pero mechado, varias veces, con la utilización de herramientas cuantitativas (Moscoloni y Castro Rojas, 2011; De la Torre y Vaillard, 2012; Bianchi, López y Perera 2008; Cabello y Moyano, 2006).

Sin embargo, cabe mencionar que la presencia de técnicas cuantitativas no implica necesariamente una estrategia de esa misma naturaleza. Más bien, el uso y recurso de estas herramientas nos permitiría conjeturar cierta preocupación por la construcción de conocimiento estable en línea con la identificación de las invariantes culturales del corpus (Geertz, 1987). En ese sentido, todos los textos explicitan una intención analítica propia de abordajes cualitativos. Uno de los mejores ejemplos al respecto es el exhaustivo trabajo de Monje (S/D) sobre los Centros Tecnológicos Comunitarios en Córdoba en el que la combinación de encuestas, entrevistas con informantes clave y con usuarios de estos espacios de acceso público a las TIC.

Dentro de las propuestas de combinación de técnicas pueden destacarse el ya citado caso de Albarello (2011) y el estudio De la Torre y Vaillard (2012). Por un lado, en su libro, *Leer/navegar en Internet. Las nuevas formas de lectura en la computadora*, Albarello interpreta los resultados de una investigación empírica, basada en un extenso y sistemático trabajo de campo que combina aproximaciones cuantitativas y cualitativas: una encuesta, una serie de entrevistas cualitativas; y, algo que comienza a ser una recurrencia en el sub-campo de estudios, un registro de las sesiones en Internet.

Por otro lado, el texto de De la Torre y Vaillard (2012) se orienta al análisis de la relación entre los jóvenes a nivel regional y las redes sociales más elegidas. En la persecución de este objetivo, merece subrayarse la doble metodología desplegada y, sobre todo, la escala de estudio, en tanto adquiere un alcance regional. Por un lado, el trabajo tiene una dimensión cualitativa y una cuantitativa. Por otro lado, la escala del trabajo es regional y los datos se han analizado considerando como unidad mínima (en la dimensión cuantitativa) los países (Argentina, Chile, Colombia, México y Uruguay). A lo largo del trabajo de campo, se realizaron grupos focales por país compuestos de estudiantes universitarios. Luego se entregó un cuestionario diseñado especialmente para analizar preferencias, frecuencias, prácticas y usos. Se realizaron 1269 encuestas en diferentes países a jóvenes universitarios (de

establecimientos privados) entre 18 y 25 años a través del diseño de una muestra intencionada.

Finalmente, cabe indicar que buena parte del corpus está conformado por trabajos de corte ensayístico. Por lo tanto, estos textos no especifican la estrategia metodológica sino que simplemente se apoyan en datos de fuentes secundarias o en experiencias personales. Como por ejemplo el ya citado texto de Arabito (2011) en relación a los sentidos de Facebook o el de Contreras (2011) sobre los alcances y límites de la participación política a través del uso de TIC. Este último trabajo se propone visibilizar las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías de comunicación para el ejercicio de acciones tendientes a producir potenciales cambios sociales, culturales y políticos. El eje de observación está puesto en las posibilidades de participación activa y espontánea, en la que los actores sociales, pueden convertirse a menudo en verdaderos “líderes de opinión”, “ciberactivistas” o “propagandistas políticos” que desafían las barreras o “filtros” del orden establecido o lo “instituido” logrando de manera efectiva nuevos flujos de interacción, nuevas formas de acción estratégica y de relaciones sociales relevantes. Si bien este trabajo no se basa en el análisis empírico de un caso en particular, propone el concepto de ensamblaje socio-técnico (Bijker, 1995) para abordar metodológicamente el análisis y la interpretación de las interacciones de las comunidades en el ciberespacio. Para ello, parte de preguntarse cómo diferentes grupos que integran una determinada comunidad de usuarios sitúan al componente tecnológico como un lugar privilegiado para la participación, organización, producción e intercambio de ideas e información significativa. Mediante la descripción del caso WikiLeaks articula este interrogante con las posibilidades efectivas que ofrecen las tecnologías digitales a partir de la aparición de la Web 2.0.

Entendemos que el recurso al registro ensayístico presupone la legitimidad del objeto estudiado al tiempo en que evidencia la existencia de un sub-campo en conformación con pujante vigencia.

Conclusiones

El objetivo del capítulo se organiza, tal como lo dijimos al comienzo, en torno a la investigación realizada sobre las prácticas, las apropiaciones y el

consumo de dispositivos y plataformas vinculadas con las TIC. A lo largo de sus diferentes secciones, intentamos delinear un camino de análisis y de sistematización que nos ha permitido, al menos temporalmente, componer trazados de recorridos y de decisiones teóricas, metodológicas y conceptuales que se vinculaban con una mirada sobre lo existente y con una necesaria definición del sub-campo en el que se insertan estas investigaciones. Si bien el corpus que abordamos no es representativo ni generalizable, nos ha permitido componer diversas “fotos” de momentos específicos del sub-campo en los últimos años (y en el segmento temporal sobre el que se despliega el PISAC).

Las características del sub-campo temático se ordenan, como mencionamos, en función del lugar privilegiado que las TIC tienen en la actualidad en la investigación en ciencias sociales. A su vez, identificamos muchos temas de relevancia que se vinculan con la ubicuidad de estas tecnologías en la vida cotidiana de los sujetos que se vinculan con ellas.

El gran abanico temático sobre el cual se ordenan las TIC como objeto de estudio en las ciencias sociales se vincula, en nuestra hipótesis de cierre, con el rol crucial que tienen las nuevas formas de comunicación en la actualidad. Los temas son amplios y se relacionan de diversas formas con las TIC: los usos educativos, la participación política, las transformaciones en los modos de lectura y en la forma de producción de contenidos, los juegos, la sociabilidad, la construcción de subjetividades y las nuevas formas de reproducción de las desigualdades. Este listado no desplaza otros usos ni privilegia los relevantes sino que ordena, en función del corpus de trabajo, la composición del sub-campo en una orientación específica en un momento histórico, cultural, económico y político determinado.

Encontramos, como invariante, una preocupación por la relación entre los sujetos y las TIC en un muy amplio sentido y, complementariamente, una reflexión sobre la brecha digital que se abre en función del acceso, de las pragmáticas de uso y de apropiación de las TIC.

Mencionamos, al comienzo del capítulo, tres hipótesis que organizarían el texto: en primer lugar, la relación de las investigaciones sobre TIC con la caducidad de los objetos analizados; en segundo lugar, conjeturamos que el aumento de investigaciones sobre las TIC podría vincularse con un acceso sencillo a las formas de uso de las plataformas y redes sociales; y, en tercer lugar, mencionamos la “competencia desleal” entre las TIC

y las otras formas de comunicación (analógicas y digitales) en y sobre las cuales se puede investigar.

Las tres hipótesis fueron sostenidas a lo largo del trabajo con ejemplos, discusiones y debates y fue posible encontrar cada una de ellas en las formas en las que las investigaciones se construían metodológicamente pero, también, en la manera en la que los objetos de estudio se desplegaban para su análisis a lo largo de ponencias, libros, capítulos y artículos.

Es por ello que al pensar en el futuro cercano del sub-campo aparece una constatación casi indiscutible: el terreno sobre el que se asientan las TIC está en constante modificación y la investigación construye repertorios de referencias temporales sobre los dispositivos, usos y apropiaciones posibles (e imposibles) en un momento específico del presente. Este mismo capítulo contiene en sí el gen de su propia caducidad pero contiene, a su vez, un potencial sintetizador sobre lo existente hasta el momento de escritura. El creciente interés en analizar la relación entre las TIC, los sujetos sociales y las prácticas no puede *sino* entenderse como intento sostenido de comprender las maneras en las que vivir en la sociedad contemporánea modifica de manera sustancial nuestra relación con el mundo y con las mediaciones (y dispositivos) con las que nos vinculamos (intencionalmente o no).

A su vez, la relación de las TIC con los medios de comunicación “tradicionales” no es menor: la preocupación constante de la radio y de la televisión por analizar, presentar casos (en general negativos) de mal uso o de preocupaciones sobre las TIC las ubica en un espacio de articulación de los miedos, las fantasías y las amenazas que pueden aparecer vinculadas a ellas. Es aquí donde encontramos, una vez más, el potencial del sub-campo en la definición de sus temas y en sus intentos de dar respuesta a las “demandas” sociales (representadas por los otros medios de comunicación como cristalizaciones del sentido común).

En síntesis, el sub-campo que componen las TIC es no solo muy productivo sino que está sometido a los cambios y avances de los dispositivos y formas de conexión disponibles. La pregunta que nos queda, para cerrar este capítulo, se vincula con las herramientas metodológicas: ¿acaso el sub-campo demanda una adecuación de las herramientas de investigación para seguir su ritmo o es que la investigación no puede avanzar en los tiempos pautados por las apariciones y desarrollos del mercado? La respuesta a este interrogante se encuentra no solo en el campo académico-

científico sino, también, en el comercial y en las formas que adquiere el ecosistema comunicativo en el que vivimos.

Referencias bibliográficas

- BECERRA, M. (2003), *Sociedad de la Información: proyecto, convergencia, divergencia*, Norma, Buenos Aires.
- BIJKER, W. (1995), *Of Bicycles, Bakelites, and Bulbs: Toward a Theory of Sociotechnical Change*, MIT Press, Cambridge.
- CABELLO, R. (2006), *Yo con la computadora no tengo nada que ver. Un estudio de las relaciones entre los maestros y las tecnologías informáticas en la enseñanza de 2006*, UNGS, Prometeo.
- FIDLER, R. (1998), *Mediamorfosis. Comprender los nuevos medios*, Granica, Buenos Aires.
- FINQUELEVICH, S. y PRINCE, A. (2007), *El (involuntario) rol social de los cibercafés*, Dunken, Buenos Aires.
- FLICHY, P. (2013), «Rendre visible l'information. Une analyse sociotechnique du traitement des données», *Reseaux*, N° 178-179, pp. 55-89.
- GEERTZ, C. (1987), *La interpretación de las culturas*, Gedisa, Barcelona.
- GOFFMAN, E. (1974), *Frame Analysis*, Northeastern University Press, Boston.
- GUBERN, R. (2000), *El eros electrónico*, Taurus, Madrid.
- HALL, S. (1979), "Encoding/Decoding.", en HALL, S. y otros, *Culture, Media, Lenguaje. Working Papers in Cultural Studies, 1972-79*, Hutchinson, Londres, pp. 128-138.
- MASTRINI, G., LORETI, D. y BARANCHUK, M. (2007), *Participación y democracia en la sociedad de la información*, Prometeo, Buenos Aires.
- MORLEY, D. (1992), *Television, Audiences and Cultural Studies*, Routhledge, Londres y Nueva York.
- QUINTAR, A., CALELLO, T y APREA, G. (comps.) (2007), *Los usos de las TICS. Una mirada multidimensional*, Prometeo y UNGS, Buenos Aires.
- VARELA, M. (2005), *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la luna 1951-1969*, Edhasa, Buenos Aires.
- WILLIAMS, R. (1974), *Television. Technology and Cultural Form*, Fontana, Hannover y Londres.

Corpus analizado

- ALBARELLO, F. (2011), *Leer/navegar en Internet. Las nuevas formas de lectura en la computadora*, La Crujía, Buenos Aires.
- ALZINA, P., BENYO, J. y DURÁN PRIETO, J. (2011), “Usos y apropiaciones de las TIC en movimientos territoriales y asambleas barriales”, *Avatares de la Comunicación y la Cultura*, N° 2, pp. 1-18.
- ANDRÉS, G. (2012), “Prácticas culturales en red: reflexión sobre la participación y producción de los internautas”, *Poliantea*, N° VII (14), pp. 97-110.
- AON, L. y ZAPATA, N. (2011), “Jóvenes y consumos culturales. Una mirada sobre la recepción tecnológica y audiovisual en estudiantes de Comunicación Social”, *Question*, N° 1 (30). Recuperado de <<http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1051/1048>>. Consulta: 27 de octubre de 2015.
- ARABITO, J. (2011), “¿Nos encontramos en Facebook? Las redes sociales construyen a la Web 2.0 como espacio de interacción social en metamorfosis”, en VILLAFANE, A. y ADAD, L. (comps.), *Antropología y crisis global: desafíos para una interpretación desde el sur*, Departamento de Antropología y NURES, FACS, Olavarría.
- BENÍTEZ LARGHI, S. et al. (2012), “La apropiación del acceso a computadoras e Internet por parte de jóvenes de sectores populares urbanos en la Argentina”, en PROENZA, F. (ed.), *Tecnología y Cambio Social. El impacto del acceso público a las computadoras e Internet en Argentina, Chile y Perú*, IDRC e Instituto de Estudios Peruanos, Lima.
- BIANCHI, M., LÓPEZ, G. y PERERA, V. (2008), “Usos de Internet en adolescentes de Chubut”, en *Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación*, Rosario.
- BONACCI, J.M. (2008), “Tejiendo el rock en la red: usos y prácticas de webmasters roqueros”, en URRESTI, M. (ed.), *Ciberculturas juveniles*, La Crujía, Buenos Aires.
- BOUILLE, J. (2008), “Cibercafés o la nueva esquina. Usos y apropiaciones de Internet en jóvenes de sectores populares urbanos”, en URRESTI, M. (comp.), *Ciberculturas juveniles*, La Crujía, Buenos Aires.
- CABELLO, R. y MOYANO, R. (2006), “Hábitos de consumo de juegos en red en zonas periurbanas. Estudio de caso en Área Metropolitana de Buenos Aires”, *Razón y Palabra* [en línea], N° 11, diciembre-enero), Recuperado de: <<http://>

- www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520736022>[Consulta: 27 de octubre de 2015].
- CONTRERAS, L. (2011), “Las posibilidades de participación política mediante las tics: Visibilidad en un nuevo espacio público ¿Ingenuidades o certezas?”, en BIANCHI, M. y SANDOVAL, L. (eds.), *Jornadas Patagónicas de estudios sociales sobre Internet y tecnologías de la comunicación*, Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, Comodoro Rivadavia.
- CORNEJO, M. y TAPIA, M. (2011), “Redes sociales y relaciones interpersonales en Internet”, *Fundamentos en humanidades*, N° XII (2), pp. 219-229.
- DE LA TORRE, L. y VAILLARD, L. (2012), “¿Cómo usan las redes sociales los jóvenes de Latinoamérica?”, *Ecos de la Comunicación*, N° 5 (5). Recuperado de <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/como-usan-redes-sociales-jovenes.pdf> [Consulta: 27 de octubre de 2015].
- DI PRÓSPERO, C. (2009), “Tecnologías infocomunicacionales y reconfiguraciones de los espacios de significación en la vida cotidiana. Usos de la red social Facebook en jóvenes de la Ciudad de Buenos Aires”, en *V Jornadas de jóvenes investigadores*, Instituto de Investigaciones Gino Germani, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- FERNÁNDEZ JEANSALLE, Julia (2008), “Doble clic. Internet y jóvenes de clase media en la ciudad de Buenos Aires”, en Urresti, Marcelo (ed.), *Ciberculturas juveniles*, La Crujía, Buenos Aires.
- GOSZCZYNSKI, Laura (2008), “Hacia los usos adolescentes del fotolog: vía ¿libre? para la presentación de sí”, en URRESTI, M. (ed.), *Ciberculturas juveniles*, La Crujía, Buenos Aires.
- JACOBO, I. (2011), “Historietas 2.0: nuevas formas de producir y consumir historietas”, en BIANCHI, M. y SANDOVAL, L. (eds.), en *Jornadas Patagónicas de estudios sociales sobre Internet y tecnologías de la comunicación*, Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, Comodoro Rivadavia.
- MAESTRI, M. (2011), “Las audiencias digitales: convergencias y prácticas”, en VALDETTARO, S. (comp.), *Interfaces y pantallas: análisis de dispositivos de comunicación*, UNR Editora, Rosario.
- MARCHETTI, V., CANTOR, F., MUSA, C., POLETTI, M. y VERGINI, M. (2008), “El impacto de las tecnologías de pantalla en personas con discapacidad”, *La Trama de la Comunicación*, N° 13, pp. 37-50.
- MONJE, D. (s/d), *Lo maravilloso moderno. Resignificación y derivas del GII en la República Argentina: estudio del caso de los Centros Tecnológicos Comunitarios*,

- Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea-CEA, UNC, Córdoba.
- MOSCOLONI, N. y CASTRO ROJAS, S. (2011), “Consumos de dispositivos tecnológicos: usos de pantallas en ingresantes a la universidad”, en VALDETTARO, S. (comp.), *Interfaces y pantallas: análisis de dispositivos de comunicación*, UNR Editora, Rosario.
- MUROLO, N. (2011), “Videojuegos. Usos y prácticas comunicacionales”, en BIANCHI, MARTA PILAR y SANDOVAL, LUIS RICARDO (eds.), en *Jornadas Patagónicas de estudios sociales sobre Internet y tecnologías de la comunicación*, Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, Comodoro Rivadavia.
- PAHOR, M. (2008), Conectad@s. Cómo usan Internet los jóvenes de clase alta en Buenos Aires, en URRESTI, M. (ed.), *Ciberculturas juveniles*, La Crujía, Buenos Aires.
- PASSERINI, A. (2012), “Relaciones en la Red: sus vicisitudes y sus quejas”, en *VII Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de La Plata. “Argentina en el escenario latinoamericano actual: debates desde las ciencias sociales”*, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, La Plata.
- PAZ, M. (2012), “Usos educativos juveniles de las TICs”, *X ENACOM*, Posadas.
- REMONDINO, G. (2012), “Blog y redes sociales: un análisis desde las tecnologías de la gubernamentalidad y el género”, *Athenea Digital*, N° 12 (3), UOC, Barcelona, pp. 1-24.
- SANDOVAL, L. (2008), *¿El fin de los medios? Políticas, apropiaciones y usos de las TIC*, EPC Medios, La Plata.
- SANGUINETTI, L.P. (ed.) (2008), *¿El fin de los medios? Políticas, apropiaciones y usos de las TICs*, Ediciones de Periodismo y Comunicación, La Plata.
- URRESTI, M. (2008), *Ciberculturas juveniles*, La Crujía, Buenos Aires.
- VANNINI, P. (2008), “La comunidad del siglo XXI. Grupos de usuarios de software libre”, en URRESTI, M. (ed.), *Ciberculturas juveniles*, La Crujía, Buenos Aires.

CONCLUSIONES

Mabel Grillo, Vanina Papalini y Sebastián Benítez Larghi

A modo de recapitulación

La mayoría de los autores que han estudiado el consumo en general, y vale también para el consumo de bienes culturales, lo consideran como una práctica social compleja. En el tema que aquí interesa, el consumo es solo una de las categorías, quizá la más abstracta y general, desde la cual se puede interpretar la relación de los actores sociales en tanto integrantes del público frente a los medios y otros bienes culturales. Se suma a recepción, apropiación, uso y demás dimensiones de análisis desde las cuales se procura esclarecer este complejo, cotidiano y aparentemente trivial fenómeno de nuestra cultura contemporánea. En la revisión realizada de investigaciones se ven reflejados los diferentes conceptos, prefiriéndose el uso de uno u otro en función del enfoque teórico seleccionado o de la dimensión de análisis que interesa abordar.

Enfoques conceptuales

En los estudios de mercado, la expresión consumos culturales sigue un uso similar al que se le da cuando se refiere a las variaciones en el nivel de compra de otros bienes. Por ejemplo: variaciones en el nivel de consumo de alimentos, de automóviles, de electrodomésticos, incluso de televisores, de computadoras, etc. El consumo de televisores alude a la adquisición de aparatos y el consumo de televisión indica la exposición a su programación. Todas estas cuestiones parecen obvias pero nos indican las condiciones contextuales específicas que sigue el uso del término y los alcances conceptuales otorgados al mismo. En todos los casos, el consumo indica

una frecuencia que generaliza a través de los casos estudiados; busca lo común, el patrón que unifica o bien a la población, por ejemplo: la media de las horas de exposición a la televisión por día, o bien las variaciones entre clases particulares dentro de la población, las horas que miran los más jóvenes o las mujeres, etcétera.

El nivel explicativo del concepto consumo varía en la medida que varía la aplicación de los resultados de esos estudios. Como bien lo argumenta Arvidsson (2015), cuando se pone en evidencia el papel activo de los integrantes del público, aquello que el autor denomina “la agencia del consumidor”, se prefieren otros conceptos. Es especialmente evidente en el caso de los estudios que articulan las prácticas culturales con identidades específicas. En general, estos enfoques se orientan a los estudios de las apropiaciones, salvo en los casos en que la perspectiva sigue siendo bourdeana, la cual es, sin dudas, dominante.

El caso de las tecnologías se ofrece como espacio crucial para entender los lindes del concepto de “consumo”, toda vez que es menos importante la adquisición de artefactos y dispositivos materiales que el acceso a los mismos, su uso y apropiación. De manera correlativa, el estudio de las prácticas culturales que, en sede de recepción, se interesan por la fruición y la sociabilización, es decir, por las dimensiones experienciales personales y colectivas, prefieren otros conceptos que permitan dar cuenta cualitativamente de lo que acontece.

No obstante, bien vale la ocasión para detectar qué tienen en común todos los estudios empíricos sobre consumo, más allá de sus objetivos. Muestran al consumo como práctica de anclaje de la circulación de bienes en un proceso de intercambio generalizado. Así, el consumo orientaría a la recepción y a la apropiación. Maigret sostiene que, si se siguen los resultados de los estudios empíricos sobre medios, el capital cultural puede ser determinante del consumo sin determinar la recepción (2005: 228). El consumo cultural aparece entonces como una práctica marcada por las relaciones sociales, vinculada tanto al auto-reconocimiento, como a la distinción e integración sociocultural entre los actores sociales, en tanto la recepción puede conducir, aunque no siempre ocurra en la apropiación, a sumar disposiciones invertidas en competencias y goce potencialmente novedosos.

En la recepción se produce el acto comunicativo del diálogo entre los límites y posibilidades del texto y los del consumidor. Esta visión de la re-

cepción permite comprender la apropiación como el momento empírico de integración e incorporación creativa. Este modo de ver el consumo, la recepción y la apropiación permite distinguir momentos de un mismo proceso que incluye:

1. El consumo como la selección y disposición al contacto, al diálogo, o a la interacción, orientada por el entramado social más amplio, de jerarquías e identificaciones; en síntesis el consumo se da en un marco de condiciones impuestas por la oferta y enmarcada por relaciones sociales de poder establecidas. Ya sea un momento aislado o la capa exterior que recubre otras más sustantivas, indica una práctica que si bien no es suficiente es necesaria para la recepción y apropiación.

2. A la recepción como escucha, lectura o el momento del “ver” en el cual se produce la apropiación.

3. La apropiación como lo interpretado, lo escuchado o visto, que produce un plus que le da sentido a la recepción. La apropiación habilita recuperaciones diversas como pueden ser aplicaciones y usos. En estos casos, se prolonga en estas prácticas.

Las tres instancias se pueden interpretar como momentos pero también como esferas que se incluyen.

En el recorrido por las investigaciones que se analizaron en este volumen, estas delimitaciones conceptuales no resultan del todo claras; aparecen como opciones vinculadas a tradiciones teóricas con escaso diálogo entre sí. Esta tendencia a inscribirse en tradiciones consolidadas tiene como correlato la falta de “riesgo” teórico o propositivo en las investigaciones.

Metodologías

En términos metodológicos, la supremacía absoluta de los estudios de caso trae como consecuencia una fragmentación de los resultados y una ausencia de teorías de un alcance mayor. De hecho, salvo contadas excepciones, puede observarse una renuncia a formular teoría en favor de la aplicación de autores –especialmente los enfoques bourdeanos, en varios de los tópicos estudiados– cuyos conceptos son matizados o tensionados en relación con la información empírica.

Si una de las virtudes de este campo de estudios es su orientación hacia la investigación empírica, el horizonte metodológico para la experimentación parece estar despejado. Hoy los métodos mixtos, las estrategias flexibles, la triangulación de métodos, dotan a los investigadores de una libertad que hasta hace poco tiempo no era plausible o bien vista. Esta cuestión encuentra tal vez su máxima expresión en la cada vez mayor cantidad de estudios cuya estrategia teórica metodológica sigue los criterios de la llamada etnografía virtual.

Pero las metodologías auxilian, no pueden por sí solas producir conocimiento. El papel de la vanguardia, la iniciativa desafiante, para el conocimiento es producto de la teoría. Y, en este sentido, quizá, para producir conocimiento innovador que integre la producción y el consumo de bienes simbólicos, es decir aquello que hasta ahora ha sido separado, sea necesario dar un salto interpretativo que requiere de una mirada transdisciplinar del problema.

Temas

En cuanto a los temas abordados, se observa un fuerte impulso de las investigaciones que tratan prácticas culturales como la música y el baile, abordadas especialmente en relación con las dimensiones identitarias, la configuración del cuerpo y la sociabilidad. El papel de las industrias de la cultura y el espectáculo o las matrices estructurales que operan en relación con la conformación de los consumos es escasamente tenido en consideración. Objetos tradicionales como la prensa resultan poco transitados.

En general, las transformaciones tecnológicas que atraviesan los distintos consumos emergen como un tema de interés. Ya se trate del campo específico de las tecnologías de la comunicación o de la reformulación de prácticas artísticas en virtud del componente tecnológico, el campo de la investigación se aboca a su descripción. Dado el ritmo vertiginoso de aquellas transformaciones, los estudios de ciencias sociales transcurren sobre la exploración empírica de nuevas modalidades de consumo cultural interrumpidos cada cierto período de tiempo por las demandas de una sistematización de sus hallazgos. Sin duda, la emergencia constante de dispositivos y plataformas que tienen a Internet como sustrato esencial pone

en jaque ciertas categorías y conceptos utilizados tradicionalmente para el análisis de los consumos culturales. En este sentido, las Tecnologías de Información y Comunicación implican un punto de inflexión en las realidades estudiadas que requieren una re-inención de las teorías y los métodos existentes. De allí que se hable de un sub-campo en formación, cuyos referentes teóricos se están conformando al tiempo en que la caducidad de los objetos de estudios pone en tensión la vigencia de los resultados de investigación.

Condiciones de la investigación

Los consumos y las prácticas culturales resultan ser un objeto de estudio sin una inscripción disciplinar precisa; de hecho, demandarían abordajes inter y transdisciplinarios que permitan articular sus diferentes instancias (producción, distribución, circulación, recepción y consumo). En función de un análisis completo, su estudio involucra competencias en economía de las industrias culturales, semiótica de los objetos y prácticas simbólicas, antropología del consumo, hermenéutica de la recepción, sociología de la cultura, etc. Tal diversidad requiere la conformación de equipos plurales apelando a metodologías mixtas. Sin embargo, se constata que la mayor parte de la investigación es individual, o de pequeños grupos de investigadores con formaciones semejantes. En este sentido, se opta por una sola de las instancias que componen el proceso, y por una lógica restringida de investigación.

La distribución territorial de las investigaciones muestra un desequilibrio a favor de los grandes centros académicos, no solo en términos de cantidad de investigaciones e investigadores sino sobre todo en cuanto a su posibilidad de circulación. Mientras que en las universidades y centros de investigación pequeños, los aportes se plasman en ponencias o, con algo más de esfuerzo, en publicaciones de editoriales locales o universitarias, la producción metropolitana es publicada en revistas científicas de circulación amplia o en libros de editoriales de gran distribución.

Fuera de la producción de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, especialmente de la Universidad de Buenos Aires, existen en las provincias argentinas diversos núcleos orientados a temas de investigación específicos que, pudiendo instituirse como espacio de referencia, circulan poco, son

poco conocidos y escasamente citados. Los estados de la cuestión no suelen relevar la producción regional –salvo de la región propia– aunque pueden estar muy actualizados en cuanto a la producción internacional. Esta aparente indiferencia por el relevamiento de la producción nacional tiene como justificación la carencia de repositorios, accesibles al menos para quienes integran el universo científico, que la reúna.

Por otro lado, la diferencia en número de investigadores refuerza positivamente la conformación de equipos, y estos pueden dividirse tareas y multiplicar el trabajo, acrecentando las publicaciones, mientras que, cuando se trata de un investigador individual trabajando solitariamente –y esta realidad es muy frecuente en centros de investigación pequeños–, los avances son trabajosos. Al mismo tiempo, la investigación unipersonal conspira con la posibilidad de obtención de recursos financieros que potencien la investigación.

Desafíos

Uno de los aspectos más desafiantes en relación con el estudio de los públicos tiene que ver con tramar su relación con las obras o piezas con las cuales se constituye su experiencia. Esta experiencia se entrelaza tanto con dimensiones objetivas de lo cotidiano como con dimensiones subjetivas de la recepción. Como señala agudamente Bernard Lahire, uno de los vicios en relación con este tema hace corresponder ciertos objetos culturales con categorías profesionales o socioculturales, desentendiéndose de la cuestión de la sensibilidad. Hablando de la lectura, señala que:

Al reducir tanto la realidad social de los lectores como los contenidos literarios al tema de la legitimidad cultural, es decir, a espacios de posiciones jerarquizadas (mercado de bienes simbólicos, espacio social) no se abordan los contenidos de la experiencia, tan socialmente determinados que podría hacerse una abstracción total de la naturaleza semiótica de la obra, sea esta pictórica, textual, musical, teatral, o de otro tipo. [...] Esta interrogación no conduce a un mero positivismo, sino que fuerza al sociólogo a redimensionar los objetos que puede construir si le interesa considerar lo que la gente hace con las obras, cómo son sus vínculos efectivos con ellas, cómo son las recep-

ciones reales (y no las deseadas por los críticos y productores culturales, autores y editores) de esas obras (Lahire, 2004: 189).

Se trata de aspectos poco trabajados en general. La propuesta teórica de Lahire termina orientándose hacia una teoría de la acción individual, lo cual es una salida con aristas discutibles. Pero si hubiera que señalar un aspecto vacante, este es el análisis de los *circuítos* –las mediaciones propiamente dichas– que van de la producción a la circulación, de los espacios de legitimación a los públicos, de la recepción a los artistas. Quizá la posibilidad de leer la dimensión social de la experiencia pasa por comprender que esta se conforma socialmente. Interesarse por comprender estos modos y espacios de configuración no excluye, sino que completa, la indagación por la experiencia. Si los estudios inspirados en Bourdieu han permitido escapar a la lectura de la acción individual, y los Estudios Culturales han permitido un examen denso de la relación entre culturas y sociedades, reteniendo estos aprendizajes, parece hora de interrogarse por las dinámicas de la circulación, las mediaciones y los mediadores concretos, así como asomarse a las obras y piezas culturales, abismándose en las sensibilidades que participan en estos procesos.

Uno de los aportes más importantes que puede hacer el estudio de los consumos culturales al estudio de los bienes simbólicos y sus públicos es ubicar el problema en el nivel de la circulación, es decir en el circuito que se produce entre la producción y el consumo. Quizás, algunos hallazgos de los estudios de recepción y consumo puedan encontrar mejores respuestas, más integradoras, si se consiguen elaborar perspectivas que sin ignorar los contextos de recepción ni las determinaciones estructurales de la producción consigan atender las relaciones e interacciones entre ambos polos. Seguramente, ninguna teoría podrá dar cuenta de todo pero el objetivo de proponer haces de luz, clivajes, líneas interpretativas novedosas en este sentido no debiera ser abandonado por la complejidad que presenta el desafío. Indudablemente, queda en manos de la imaginación teórica de los investigadores del área la tarea de marcar el camino que incorpore las mediaciones ya propuestas –por los Estudios Culturales, por ejemplo– pero también aventure encadenamientos y lazos interpretativos de las relaciones e interacciones que mantienen los componentes del circuito constituido por la producción/el reconocimiento/la producción/el reconocimiento de los bienes culturales.

Referencias bibliográficas

- ARVIDSSON, A. (2015), "Toward a Branded Audience. On the Dialectic Between. Marketing and Consumer Agency", en NIGHTINGALE, V. (ed.), *The Handbook of Media Audiences*, Wiley Blackwell, Londres, pp. 269-285.
- LAHIRE, B. (2004). *Conclusiones. Del consumo cultural a las formas de la experiencia literaria*, en LAHIRE, B. (comp.), *Sociología de la lectura*, Gedisa, Barcelona, pp. 179-197.
- MAIGRET, E. (2005), *Sociología de la comunicación y de los medios*, Fondo de Cultura Económica, Bogotá.

Acerca de los autores

Mabel Grillo

Doctora en Antropología (Universidad Federal de Brasilia) y Licenciada en Ciencias de la Información (UNRC). Profesora Titular en el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Río Cuarto y Directora del Doctorado en Ciencias Sociales de la misma Universidad. Se desempeña en cátedras de Metodología de la Investigación Social e investiga y ha publicado sobre medios locales. Desde el año 1996 y hasta la actualidad dirige un equipo de investigación dedicado a realizar estudios periódicos del consumo de medios locales y nacionales en la ciudad de Río Cuarto cuyos resultados son publicados regularmente como Cuadernos de Temas y Problemas (CICOM, UNRC).

Vanina Papalini

Doctora en Ciencias de la Información y la Comunicación y Doctora en Ciencias Sociales; Magíster en Comunicación y Cultura Contemporánea, Especialista en Filosofía y crítica de la cultura. Profesora adjunta regular de la carrera de Letras Modernas, Universidad Nacional de Córdoba. Investigadora Independiente del CONICET, con lugar de trabajo en el Centro de Investigaciones y Estudios sobre Cultura y Sociedad (CIECS), CONICET y UNC. Ha investigado problemas de sociología de la cultura y la comunicación y sobre la configuración de subjetividades, atendiendo especialmente el papel que cumplen las culturas terapéuticas contemporáneas. Publicó recientemente *Garantías de felicidad. Estudio sobre los libros de autoayuda* (Adriana Hidalgo, 2015)

Sebastián Benítez Larghi

Doctor en Ciencias Sociales (UBA), Magíster en Sociología de la Cultura (IDAES/UNSAM), Licenciado en Sociología (UBA). Profesor de Socio-

logía de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (UNLP). Como Investigador Adjunto del CONICET se dedica a la investigación de los procesos de apropiación de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) por parte de distintos actores y movimientos sociales. Recientemente publicó –junto a Rosalía Winocur– *Reflexiones críticas sobre la evaluación de programas “Una computadora por alumno”* (Editorial Teseo, en prensa).

Carolina Duek

Doctora en Ciencias Sociales (UBA), Investigadora Adjunta del CONICET, Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Es docente de “Teorías y prácticas de la comunicación I” de la carrera de Ciencias de la Comunicación (FSOC-UBA). Ha publicado sobre infancias, medios de comunicación, juego y nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. Título del último libro: “Juegos, juguetes y nuevas tecnologías” (Capital Intelectual, 2014).

Florencia Laura Rovetto

Licenciada en Comunicación Social. Investigadora Adjunta CONICET. Docente titular Seminario de Tesis. Licenciada en Ciencia Política, UNER, Docente en seminario electivo “Introducción a la Perspectiva de Género”, Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, UNR. Codirectora Centro de Investigaciones Feministas y Estudios de Género, Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, UNR. Ha publicado sobre género y medios de comunicación, violencias sexistas, división sexual del trabajo en la profesión periodística. Título del último libro es *Sin feminismos no hay democracia: género y ciencias sociales* [Rovetto, F. y Fabbri, L. (comp.), Del Revés, 2015].

María Soledad Segura

Doctora en Ciencias Sociales (UBA). Magíster en Comunicación y Cultura Contemporánea (UNC), Licenciada en Comunicación Social (UNC). Profesora en la Facultad de Ciencias Sociales y en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNC, Investigadora de CONICET, Consejera en el Honorable Consejo Asesor de Trabajo Social en la Facultad de Ciencias Sociales de la UNC. Ha publicado sobre participación social en políticas públicas, políticas de comunicación y cultura, sociedad civil y movimientos sociales, y políticas sociales. Su último libro es *Media movements. Civil Society and Media Policy Reform in Latin America*, con Silvio Waisbord (Zedbooks, 2016).

Marina Moguillansky

Doctora en Ciencias Sociales (UBA). Investigadora Asistente de CONICET, co-coordinadora del Núcleo de Estudios en Cultura y Comunicación del Instituto de Altos Estudios Sociales de la Universidad Nacional de San Martín, donde también es profesora del seminario “Cultura y Sociedad” de la Maestría en Sociología de la Cultura y Análisis Cultural. Ha publicado sobre industrias culturales, desigualdades y consumos de la vida cotidiana. Su último libro es *Cines del Sur. La integración cinematográfica entre los países del Mercosur* (Imago, 2016).

AUTORIDADES NACIONALES

Presidencia de la Nación

Ing. Mauricio Macri
Presidente

Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva

Dr. Lino Barañao
Ministro

Dr. Miguel Ángel Blesa
Secretario de Planeamiento y Políticas
en Ciencia, Tecnología e Innovación
Productiva

Ing. Jorge Mariano Aguado
Subsecretario de Políticas en Ciencia,
Tecnología e Innovación Productiva

Ministerio de Educación y Deportes

Lic. Esteban J. Bullrich
Ministro

Abg. Albor A. Cantard
Secretario de Políticas Universitarias

Mg. Danya Tavela
Subsecretaria de Gestión y Coordinación
de Políticas Universitarias

Dra. Mónica Marquina
Directora Ejecutiva - Programa de Calidad
Universitaria



**Ministerio de Ciencia,
Tecnología e Innovación Productiva**
Presidencia de la Nación



Secretaría de Políticas Universitarias
Ministerio de Educación y Deportes
Presidencia de la Nación

CONSEJO DE DECANOS DE FACULTADES DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS

Comité Ejecutivo
Mg. Sandra Arito - Coordinadora

Facultad de Ciencias Sociales,
Universidad Nacional de Córdoba
Lic. Silvina Cuella - Decana

Facultad de Ciencias de la Comunicación,
Universidad Nacional de Córdoba
Mg. Mariela Parisi - Decana

Facultad de Derecho y Ciencias Sociales,
Universidad Nacional del Comahue
Lic. Carlos Pescader - Decano

Departamento de Ciencias Sociales,
Jurídicas y Económicas,
Universidad Nacional de La Rioja
Cr. Jorge Riboldi - Decano

Departamento de Ciencias Sociales,
Universidad Nacional de Luján
Prof. Omar Gejo - Decano

Departamento de Ciencias Sociales,
Universidad Nacional de Quilmes
Mg. Jorge Flores - Director

Departamento de Ciencias Sociales,
Universidad Nacional de Tres de Febrero
Dr. César Julio Lorenzano - Director

Departamento de Humanidades y
Ciencias Sociales, Universidad Nacional
de la Matanza
Dr. Fernando Luján Acosta - Decano

Departamento de Humanidades y
Ciencias Sociales, Universidad Nacional
de Moreno
A.S. Marta P. Jorge - Directora

Departamento de Planificación y Políticas
Públicas, Universidad Nacional de Lanús
Dr. Francisco Pestanha - Director

Departamento de Saludo Comunitaria,
Universidad Nacional de Lanús
Dr. Hugo Spinelli - Director

Escuela de Política y Gobierno,
Universidad Nacional de San Martín
Dra. María Matilde Ollier - Decana

Instituto de Altos Estudios Sociales,
Universidad Nacional de San Martín
Dr. Alexandre Roig - Decano

Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones
Internacionales, Universidad Nacional
de Rosario
Lic. Franco Bartolacci - Decano

Facultad de Ciencias Humanas,
Universidad Nacional de Rio Cuarto
Prof. Gisela Vélez - Decana

Facultad de Ciencias Humanas,
Universidad Nacional de San Luis
Esp. Viviana Reta - Decana

Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales, Universidad Nacional
de San Luis
Lic. Héctor Daniel Flores - Decano

Facultad de Ciencias Humanas,
Universidad Nacional del Centro de la
Provincia de Buenos Aires.
Prof. Silvia Alicia Spinello - Decana

Facultad de Ciencias Sociales, Universidad
Nacional del Centro de la Provincia
de Buenos Aires.
Dr. Rafael Curtoni - Decano

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales,
Universidad Nacional de Cuyo
Lic. Claudia García - Decana

Facultad de Ciencias Sociales,
Universidad de Buenos Aires
Lic. Glenn Postolski - Decano

Facultad de Ciencias Sociales,
Universidad Nacional de Lomas
de Zamora
Lic. Juan Gabriel Mariotto - Decano

Facultad de Ciencias Sociales,
Universidad Nacional de San Juan
Mg. Ricardo Marcelo Coca - Decano

Facultad de Ciencias de la Educación,
Universidad Nacional de Entre Ríos
Mg. Gabriela Bérgomas - Decana

Facultad de Trabajo Social,
Universidad Nacional de Entre Ríos
Lic. Laura Leonor Salazar - Decana

Facultad de Derecho, Ciencias Sociales
y Políticas, Universidad Nacional
del Nordeste
Mg. Verónica Torres de Bread - Decana

Facultad de Filosofía y Letras,
Universidad Nacional de Tucumán.
Dra. Mercedes del Valle Leal - Decana

Facultad de Humanidades,
Universidad Nacional de Catamarca
Esp. Leticia del Valle Vargas - Decana

Facultad de Humanidades,
Universidad Nacional de Mar del Plata
Dra. María del Carmen Coira - Decana

Facultad de Ciencias de la Salud y Servicio
Social, Universidad Nacional de Mar
del Plata.
T.O. Paula Mantero - Decana

Facultad de Humanidades,
Universidad Nacional de Salta
Dr. Ángel. A Ruidrejo - Decano

Facultad de Humanidades y Ciencias
de la Educación, Universidad Nacional
de La Plata
Dr. Aníbal Viguera - Decano

Facultad de Periodismo y Ciencias
Sociales, Universidad Nacional de La Plata
Dra. Florencia Saintout - Decana

Facultad de Trabajo Social,
Universidad Nacional de La Plata
Mg. María Alejandra Wagner - Decana

Facultad de Humanidades y Ciencias
Sociales, Universidad Nacional de Jujuy
Dr. Ricardo Enrique Gregorio Slavutsky
- Decano

Facultad de Humanidades y Ciencias
sociales, Universidad Nacional de la
Patagonia San Juan Don Bosco
Dra. Graciela Iturrioz - Decana

Facultad de Humanidades y Ciencias
Sociales, Universidad Nacional
de Misiones
Mg. Gisela Elizabeth Spasiuk - Decana

Facultad de Humanidades y Ciencias
de la Salud, Universidad Nacional de
Santiago del Estero
Mg. María Mercedes Arce de Vera -
Decana

Instituto de Ciencias, Universidad
Nacional de General Sarmiento
Dr. Mariano De Leo - Director

Instituto del Conurbano, Universidad
Nacional de General Sarmiento
Lic. Gustavo Kohan - Director

Instituto de Desarrollo Humano,
Universidad Nacional de General
Sarmiento
Dra. Alejandra Figliola - Directora

Instituto Académico Pedagógico de
Ciencias Sociales, Universidad Nacional
de Villa María
Mg. Elizabeth Theiler - Decana

Instituto de Cultura, Sociedad y Estado,
Universidad Nacional de Tierra de Fuego
Lic. Luis de Lasa - Director

Unidad Académica Rio Gallegos,
Universidad Nacional de la Patagonia
Austral
Arq. Guillermo Melgarejo - Decano

Departamento de Ciencias Sociales,
Universidad Nacional de Avellaneda
Ing. Jorge Calzoni - Rector

Facultad de Humanidades y Ciencias,
Universidad Nacional del Litoral
Prof. Claudio Lizárraga - Decano

Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales,
Universidad Nacional del Litoral
Abog. Javier Francisco Aga - Decano

Centro Universitario Regional Zona
Atlántica, Universidad Nacional
del Comahue
Mg. Claudio Mennecozi - Decano

Instituto de Ciencias Sociales y
Administración, Universidad Nacional
Arturo Jauretche
Lic. Luis Couyoupetrou - Director

**PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN
SOBRE LA SOCIEDAD ARGENTINA
CONTEMPORÁNEA - PISAC**

Dr. Juan Ignacio Piovani
Director

Lic. Luciana Sotelo
Coordinadora Técnica y Administrativa

Lic. Román Fornessi
Secretario Administrativo

Comité Científico

Dra. Sonia Álvarez Leguizamón

Dr. Juan Javier Balsa

Dr. Manuel Sebastián Barros

Dra. Fernanda Beigel

Dr. José Luis Bonifacio

Dra. Patricia Alejandra Collado

Dra. Amalia Cristina Eguía

Dra. Mabel Norma Grillo

Dr. Alejandro Grimson

Dra. Gabriela Alejandra Karasik

Dr. Gabriel Kessler

Mg. Néliida Beatriz Perona

Dr. Agustín Salvia

Mg. Lidia del Carmen Schiavoni

**Coordinación MINCYT -
Gestión del conocimiento**

Lic. Cecilia Sleiman

Dr. Nicolás Freibrun

Lic. Carla Quattrone

Otros libros de la serie



**ESTADO, GOBIERNO
Y ADMINISTRACIÓN
PÚBLICA**



**CIUDADANÍA,
MOVILIZACIÓN Y
CONFLICTO SOCIAL**



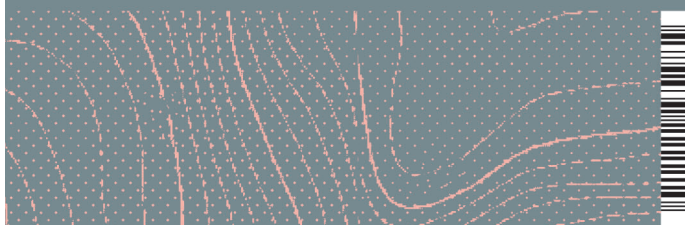
**DIVERSIDAD
SOCIOCULTURAL**



**ESTRUCTURA
SOCIAL**



**CONDICIONES
DE VIDA**



Colección Estados de la Cuestión - PISAC

El conocimiento desarrollado en el campo de las ciencias sociales en Argentina se ha construido históricamente desde el punto de vista de los grandes centros urbanos. Esta concentración y la falta de difusión han generado desconocimiento de lo producido entre los propios colegas, dificultando la elaboración de nuevos saberes y el diseño e implementación de políticas públicas basadas en un conocimiento riguroso y sistematizado de nuestra sociedad.

El Programa de Investigación sobre la Sociedad Argentina Contemporánea (PISAC) es una iniciativa del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva junto al Consejo de Decanos de Facultades de Ciencias Sociales y Humanas de la Argentina creado con el fin de abordar esta problemática. El PISAC tiene como objetivos compilar, articular y actualizar conocimientos ya existentes, y generar nuevos saberes mediante el estudio de la heterogeneidad de la sociedad argentina contemporánea en sus múltiples manifestaciones sociales, culturales, políticas y económicas.

Los libros que componen la colección Estado de la Cuestión son el resultado de un complejo relevamiento de la producción argentina en ciencias sociales de los últimos quince años. Cada título sistematiza, articula y compila parte de esa información para optimizar su circulación y facilitar su estudio en todo el país.

Sin dudas, esta colección constituirá un aporte indispensable para la transferencia del conocimiento producido por las ciencias sociales hacia el campo académico y político, constituyéndose también como un insumo para el Ministerio en el cumplimiento de su misión de orientar sus acciones hacia el fortalecimiento de un modelo de país que genere mayor inclusión social y mejore la competitividad a nivel federal, bajo el paradigma del conocimiento como eje del desarrollo.

DR. LINO BARAÑAO

Ministro de Ciencia, Tecnología
e Innovación Productiva



Ministerio de Ciencia,
Tecnología e Innovación Productiva
Presidencia de la Nación



Consejo de Decanos
de Facultades de Ciencias Sociales y Humanas



Secretaría de Políticas Universitarias
Ministerio de Educación y Deportes
Presidencia de la Nación



CLACSO