

# El nuevo revisionismo en la investigación de la comunicación de masas: una nueva valoración <sup>1</sup>

---

James Curran <sup>2</sup>

Profesor del Goldsmith Colledge. Londres

(Traducción Eva Aladro)

**E**n los estudios culturales y sobre medios emerge actualmente un movimiento nuevo de revisionismo. Proveniente inicialmente de la tradición crítica, ha dedicado gran parte de su energía creativa a atacar las premisas y asunciones de esa tradición. En su forma completamente desarrollada, el nuevo revisionismo rechaza sin duda los modelos de sociedad, los modos de conceptualizar el papel de los medios, los marcos de interpretación y las problemáticas centrales de los principales paradigmas críticos en la investigación de la comunicación de masas.

Este nuevo revisionismo se presenta a sí mismo, a menudo, como original e innovador, como un movimiento emancipatorio que está deshechando los corsés de la tradición. Pero no es ninguna de estas cosas. Parte de este nuevo pensamiento es más revivalista que revisionista, supone una reversión a saberes recibidos previamente, más que el reconocimiento de nuevos saberes. Otra tendencia de este movimiento continúa la tradición "crítica" pero en una forma suavizada que incorpora el liberalismo y otras visiones.

Durante el mismo período, la tradición liberalista en la investigación de la comunicación se ha adaptado y cambiado. Algunos investigadores encuadrados en esta tradición han modificado sus posiciones en respuesta a los ataques de los críticos radicales; en efecto, se han movido contra el flujo de tráfico en dirección opuesta a la suya.

En dos palabras, estamos viviendo una genuina "fermentación en el campo" en la cual numerosos investigadores revisan sustancialmente sus perspectivas. En un intento por encontrar el significado de la situación actual, he procurado proporcionar una selección de lecturas sobre las tendencias en este campo durante los últimos quince años, concentrándome principalmente en la investigación en el Reino Unido, pero lanzando ocasionalmente miradas laterales a los estudios en la Europa Continental, Escandinavia y los Estados Unidos. El término "reader" -emblemático del nuevo revisionismo- quizás tenga demasiada dignificación para lo que sigue. Sería más exacto llamarlo simplemente notas <sup>3</sup>.

## POLARIZACIÓN ENTRE LAS TRADICIONES LIBERALISTA Y CRÍTICA EN TORNO A 1975

Dos "readers" o compilaciones, *Mass Communication and Society* por un lado y *Culture, Society and the Media*, publicados respectivamente en 1977 y 1982 pero escritos ambos en gran medida en 1976, nos proporcionarán un punto de partida valioso, pues cristalizan un momento particular del desarrollo histórico de la investigación en comunicaciones (Curran et al., 1977; Gurevitch et al., 1982). Ambos textos se construyen en torno a la antinomia entre las dos perspectivas sobre los medios, marxista y liberalista, perspectivas caracterizadas en términos ideales-típicos:

*Los liberalistas ven la sociedad como un complejo conjunto de grupos e intereses en competencia, de los cuales ninguno predomina constantemente. Las organizaciones mediáticas son sistemas organizacionales enlazados que disfrutan de un importante grado de autonomía frente al Estado, los partidos políticos o los grupos de presión institucionalizados. El control de los medios está, según esta teoría, en manos de una élite directiva autónoma que consiente un considerable grado de flexibilidad en los profesionales de los medios. Esta teoría aprecia una simetría básica entre las instituciones mediáticas y los públicos, pues en palabras de McQuail, la "relación se establece generalmente en términos de aparente voluntariedad y equidad" (McQuail, 1977). El público es considerado capaz de manipular a los medios de mil maneras diferentes según sus previas necesidades y predisposiciones, así como se le supone el acceso a lo que Halloran (1977) llama "los valores plurales de la sociedad", permitiéndosele "estar conforme con ellos, acomodarse o rechazarlos".*

*Los marxistas contemplan la sociedad capitalista como una sociedad de dominación clasista; los medios son parte de una arena ideológica en la que varias perspectivas de clase combaten, siempre en el contexto de la dominación de ciertas clases; el control ulterior se concentra cada vez más en el monopolio del capital; los profesionales de los medios, aunque gozan de la ilusión de autonomía, se socializan e internalizan normas de la cultura dominante. Los medios, tomados en conjunto, proporcionan marcos interpretativos consonantes con los intereses de las clases dominantes, y las audiencias de medios, aunque en algunos casos negocian o contestan esos marcos, carecen del acceso adecuado a sistemas de sentido alternativos que les permitirían rechazar las definiciones proporcionadas por los medios en favor de las definiciones opuestas. (Curran y Gurevitch, 1977:4-5)*

La intención de la mayoría de los autores que trabajaron en la producción de estos dos textos era la de promover el conflicto polarizado entre las dos perspectivas. En parte se trataba de un artificio pedagógico, pues ambos libros se editan para un curso de la Open University y su objetivo es animar a los estudiantes a pensar por sí

mismos y a decidirse a favor de una de estas dos tradiciones o a considerar si una posición intermedia entre ambas resultaría más convincente. Pero otro objetivo es también el de reafirmar el papel central en el debate de una tradición intelectual -el marxismo-, que era ya en gran medida marginal en la vida académica británica a partir del período posbélico. En particular, estos autores querían plantar cara al dominio estadounidense en este campo, en lo que parecía, a muchos de nosotros en aquel momento, un consenso estéril en torno a un inacabable flujo de estudios de los "efectos", repetitivos e inconclusivos, situados en un modelo extensamente presu- puesto de sociedad liberalista, y por tanto queríamos generar un debate que reflejara la diversidad del pensamiento intelectual europeo.

Esta fase de desarrollo de la materia ha sido descrita en otro lugar (Curran et al., 1982; Hall, 1986), y no es necesario insistir. Puede decirse que la investigación más original de este período fue la de los estudios culturales y su preocupación por la determinación de la praxis social. Referido a la investigación sobre periodismo, sin embargo, el desarrollo más notable fue el del Glasgow University Media Group y su asalto conjunto a la concepción liberalista de televisión como servicio público, canal desinteresado de información y foro equilibrado de debate. Basándose en una serie de estudios bien documentados, demostraron que la mayoría de la información televisiva se fundamenta en ideas de los grupos dominantes de la sociedad (Glasgow University Media Group 1976, 1980, 1982, 1985). Aunque provocaron agrias reacciones por parte de las emisoras, el entorno universitario de perspectiva liberalista no contraatacó estas investigaciones salvo en un caso notable (Harrison 1985) <sup>4</sup>. Toda una lluvia de metralla de otras investigaciones acompañó a la diatriba del Glasgow Group, indicando también que la cobertura televisiva de información tenía una estructura dominante (Hall, Connell y Curti, 1976; Morley 1981; Connell 1980; Hartmann, 1975). En todos estos análisis se asume implícitamente algo que luego sería puesto en duda: que los significados televisivos son relativamente inambiguos y que la comprensión de los programas por parte del público receptor la determinan generalmente los significados inmanentes en los textos.

A estos ataques se añade una serie de estudios sobre "pánico moral". Según estas investigaciones, las representaciones estereotipadas y engañosas de los grupos marginales en los medios contribuyen a desviar el conflicto social más amplio y a reforzar las normas dominantes políticas y sociales. Así lo ilustraron los estudios de la representación en los medios de la protesta política (Halloran, Elliott y Murdock, 1970, Hall, 1973a), de las bandas juveniles (Cohen, 1980), de la drogadicción (Young, 1974), de los atracadores (Hall et al., 1978), de los sindicalistas (Beharrell y Philo, 1977), de los hinchas de fútbol (Whannel, 1979), de los saqueadores (Golding y Middleton, 1982) y de los homosexuales (Watney, 1987) entre otros (Cohen y Young, 1981). En estos estudios están implícitas o explícitas dos ideas que posteriormente serían cuestionadas. Se asume en ellos que la construcción de la realidad por los medios refleja la cultura dominante; es decir, se difunde la imagen de los medios como entidades que ofrecen una definición de la realidad acorde con la ideología dominante que sirve a intereses dominantes, o en su versión más dura, unos medios que no representan lo que realmente ocurre para así promover una falsa conciencia.

También se presupone que los medios tienen efectos en términos de configurar el mapa social y para proporcionar categorías conceptuales y marcos de referencia a través de los cuales las personas construyen el sentido social. Los medios tienen, como Hall (1977) afirmaba en un ensayo decisivo, un "efecto ideológico".

Un influyente grupo de analistas cinematográficos y televisivos asociado a la publicación *Screen*, que ocupaba un nicho separatista y esotérico en la emergente tradición crítica, se hizo eco del énfasis en la "eficacia" de los medios. Publicaron un número de estudios que diseccionaba las estrategias textuales empleadas en películas y programas para generar posiciones supuestamente "subjetivas" en el espectador. Así, el plano de punto de vista y la secuencia clásica plano/contraplano resultaron ser dispositivos de "sutura" para asegurar la identificación e implicación del público (Heath 1976, 1977; cf. Heath y Skirrow, 1977). La creencia general de estas investigaciones es la de que los comunicadores profesionales son capaces de desplegar técnicas visuales y narrativas de coacción que puedan organizar las respuestas de las audiencias en ciertos sentidos prescritos.

Esta revisión mía, necesariamente abreviada, se centra en el común denominador de las críticas a la perspectiva liberalista y no presta atención apenas a los debates internos que también tuvieron lugar entre las tendencias divergentes de la tradición crítica. De todos modos, hay que hacer referencia a una disputa de familia que tuvo lugar entre investigadores críticos, dado que ha tenido una influencia directa en lo que ocurrió después. La disputa se centró en las explicaciones que diferentes investigadores daban al hecho de que los medios tuvieran un papel subalterno en relación con los intereses dominantes. Una de las versiones, asociada con el Leicester Centre for Mass Communication Research, adoptó una interpretación político-económica que tiende a subrayar el papel central de la propiedad económica, y las influencias indirectas que el Estado, las estructuras y la lógica del mercado ejercen sobre los medios (Murdock y Golding, 1977; Murdock, 1982; Curran, 1980, 1986; Curtis, 1984; Hood, 1980). Otra versión alternativa más culturológica asociada al Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies, atribuye la subordinación de los medios principalmente al control ideológico, en particular a la internalización inconsciente por los periodistas de las ideas de la cultura dominante, así como la dependencia de las fuentes informativas constituidas por los grupos de poder y las instituciones (Chibnall, 1977; Hall et al., 1978; Connell, 1980). Pero a pesar de las diferencias más bien irreconciliables, ambas versiones tienen muchas cosas en común. Ambos grupos de investigación trabajan dentro de un modelo neo-marxista de la sociedad; ambas perciben una conexión, ya sea débil o fuerte, entre los intereses económicos y las representaciones ideológicas; y ambas reflejan a los medios como servidores de los intereses sociales dominantes en perjuicio de los universales.

## MODELOS REVISIONISTAS DE PODER Y REPRESENTACIÓN IDEOLÓGICA

Un creciente desencanto respecto del modelo de conflicto de clases sociales que constituye el marco de estas producciones de investigación ha ido erosionando el apoyo

a la tradición crítica. Una influencia clave para el crecimiento de ese desencanto es la obra de Michel Foucault (1978, 1980, 1982). Foucault ofrece una visión compleja y multifacética de la sociedad, en la que relaciones múltiples de poder entran en juego en diferentes situaciones. Este fenómeno no puede subsumirse, de acuerdo con Foucault, en una oposición binaria y simple de intereses de clase ni puede ser detectado a través del modo de producción y formación social. En sus palabras, en este caso con una brevedad atípica,

*Las relaciones de poder arraigan en el sistema de las redes sociales. Esto no significa, de todas formas, que haya un principio primario y fundamental de poder que domine la sociedad hasta en sus más mínimos detalles, sino que tomando como punto de partida la posibilidad de la acción sobre la acción de los otros (lo cual se extiende a cada relación social), pueden definirse diversas formas de poder según las múltiples formas de disparidad individual, de objetivos, de la aplicación dada del poder sobre nosotros mismos o sobre otros, de la parcial o universal institucionalización en diversos grados, de mayor o menor organización deliberada. (Foucault, 1982:224)*

Algunos investigadores han adoptado la perspectiva foucaultiana para elaborar estudios sobre medios desde un eje diferente al de la visión marxista, pero en una forma que resulta similar. El papel de los medios se sigue considerando dentro del extenso contexto de la lucha social, pero se pone en relación con la explotación patriarcal más que con la explotación clasista. Sin duda parte de las investigaciones más interesantes de los próximos años provendrán de esta tendencia.

El legado de Foucault es ambivalente. Ha favorecido también el descentramiento de la investigación cultural y de los media. En algunos estudios el papel de los medios queda reducido a una sucesión de encuentros entre lectores y textos en el contexto de una sociedad analíticamente disgregada en una serie de instancias discretas (Bondebjerg, 1989) o en la cual el poder externo al discurso desaparece completamente (Grodal, 1989). Esto no es muy distinto a cuanto la tradición liberalista norteamericana afirmaba, según la cual los medios han de analizarse independientemente de las relaciones de poder o bien esos medios están situados en un modelo de sociedad en la que se asume que el poder es enormemente disperso. Sin duda en la obra prolífica y decisiva de John Fiske (1987, 1989a, 1989b, 1989c) la convergencia es más o menos explícita. Su reciente celebración de una "democracia semiótica" en la cual las personas provenientes de una "vasta y cambiante gama de subculturas y grupos" construyen sus propios significados dentro de una economía cultural autónoma abraza con entusiasmo los temas centrales del liberalismo acerca de la soberanía del consumidor.

Para complicar las cosas aún más, aparece al mismo tiempo y con cierta importancia un cambio en la tradición investigadora liberalista que pasa de los análisis concretos de medios tipificados en la investigación, a realizar análisis sobre efectos de

los medios en violencia, elecciones o saliencia de temas políticos. Muestran estos investigadores liberalistas gran interés por el papel más amplio de los medios; su impacto en las estructuras y el funcionamiento del sistema político (Seymour-Ure 1989; Blumler, 1989a), su influencia en la integración sociocultural (Graber, 1988; McLeod, 1988) y en la formación de la identidad social (Reimer y Rosengren, 1989), y, más amplia y esencialmente, la relación entre medios y cambio social (Rosengren 1981; Noelle-Neumann, 1981; McQuail, 1987). Al mismo tiempo, la investigación más concreta y de objetivos más limitados, como por ejemplo los estudios de la recepción de audiencias, está proliferando en lo que pudiéramos llamar libérrimamente el campo "crítico". La línea divisoria entre la investigación teórica y relativamente atórica, entre la perspectiva holística y la concreta, entre el interés por los temas macro o micro, que en un tiempo caracterizara a las tradiciones de investigación crítica y liberalista, ha desaparecido completamente.

Esto es así porque un movimiento poderoso de revisionismo dentro de la misma tradición crítica ha rechazado los temas totalizadores y sistemáticos del marxismo. Como lo describe Stuart Hall (1988b):

*...el marxismo clásico dependía de una correspondencia asumida entre "lo económico" y "lo político": se pueden conocer nuestras actitudes, intereses y motivaciones políticas a partir de nuestros intereses de clase y posición. Esa correspondencia entre "lo económico" y "lo político" es precisamente lo que se ha desintegrado, práctica y teóricamente (Hall, 1988b:25)*

Mirando hacia atrás, Althusser, a quien ahora se recuerda irónicamente como exponente del más crudo funcionalismo marxista, jugó sin embargo un papel estratégico en el avance de este revisionismo al subrayar la autonomía de la práctica social (Althusser 1971, 1976). Muchos postalthusserianos, siguiendo su posición, rechazaron la noción de determinismo económico incluso en sus formas más débiles o no reductoras. Esa tendencia se refuerza por la hipótesis, actualmente de moda, según la cual avanzamos hacia una era posmoderna caracterizada por regímenes de producción "post-Fordistas", por la pluralización de la vida cultural y social, por el auge del individualismo y la subjetividad, era en la cual la primacía de la economía ha quedado destruida (Baudrillard, 1985; Gorz, 1983; Lyotard, 1984) <sup>5</sup>.

Un libro muy reeditado de los autores Abercrombie, Hill y Turner, expresa decisivamente la insatisfacción ante las formulaciones marxistas tradicionales (1984). En primer lugar arguyen los autores que el concepto de "ideología dominante" (un concepto clave, como vemos, para los estudios culturales y de los medios en los 70 y primeros años 80) es un concepto ilusorio; en una inspección detallada, este concepto se derrumba casi en todas las épocas hasta formar una miscelánea de temas e ideas casi contradictorias. En segundo lugar, esa miscelánea de temas e ideas ni siquiera resulta "dominante", pues las clases subordinadas no la aceptan abiertamente. La cohesión social, aducen los autores, debe explicarse en términos de resignación y rutina más que en términos de incorporación ideológica. La segunda parte de su

argumentación no la documentaron completa o adecuadamente para el período moderno. Sin embargo un importante estudio fundamentado empíricamente (Marshall et al., 1989) ha venido a sustentar sólidamente esta idea.

Hubo anticipaciones a este ataque en una reformulación de la teoría de medios de comunicación y sociedad influida por Gramsci (1971, 1985). Esta reformulación pretendía repensar el paradigma crítico inicial. La clase dominante se reconceptualizaba como una alianza cambiante y a menudo precaria de diferentes estratos sociales. La ideología dominante se redefina como un "campo" de discursos dominantes, una inestable constelación de ideas y temas tendente a disgregarse en cualquier punto, en sus elementos componentes. Los medios aparecen como lugar de lucha entre las fuerzas sociales, más que como conductos de las ideas de la clase dirigente. Aunque aún se ve a los medios inclinados hacia los intereses dominantes, las organizaciones informativas tienen ya implícitamente un papel más estratégico como consecuencia del nuevo énfasis en la fragilidad de las alianzas sociales, la inestabilidad de las formaciones ideológicas y el fermento burbujeante de resistencia desde abajo. Esta reformulación ya tenía aceptación a mediados de los años 70, pero todavía en forma desigual y parcialmente asimilada. Por ejemplo, el texto en colaboración de Hall, *Policing the Crisis*, es una difícil síntesis de perspectivas gramscianas y althusserianas, como se refleja en el uso indistinto de dos conceptos de matiz diferente, los de "cultura de control" y "campo dominante de ideologías dirigentes" (Hall et al., 1978). Su siguiente trabajo (Hall, 1988a) se basa mucho más en el análisis gramsciano que ilustra la competición ideológica, aunque sigue sobrevalorando la influencia de las ideas "dominantes" y por implicación infla el poder de los medios (Crewe, 1988; Curran, 1990). Esta reformulación puede entenderse como un intento afortunado de cerrar filas contra la ola revisionista y cuenta con muchos adeptos. Irónicamente, Hall mismo ha cambiado recientemente de posición de nuevo, concediéndole más terreno. (Hall, 1988b).

## ESTUDIOS REVISIONISTAS SOBRE ORGANIZACIONES DE MEDIOS

El desarrollo de la investigación "crítica" sobre organizaciones mediáticas puede también entenderse como una retirada forzada a posiciones previas, aunque los investigadores críticos han mostrado recientemente signos de resistencia en su al menos parcialmente destruida línea Maginot. La perspectiva económico-política representa el modelo más tradicional y convencional de tratamiento crítico de los medios, y ha sido el primero en reventar. Sin duda cuando emerge la perspectiva crítica culturalista asociada a la Escuela de Birmingham es para promover una posición de compromiso que incorpore ciertas críticas liberalistas. Reconoce tácitamente, al menos en parte, la validez de dos argumentaciones liberalistas: a saber, que la propiedad económica de los medios está cada vez más separada del control directo por la dispersión creciente del accionariado de propietarios, y que los periodistas tienen un considerable grado de independencia frente al control supervisor. Los análisis críticos parten de la base, en consecuencia, de que la "cotidiana "autonomía relativa" del periodista y de los productores de noticias es una realidad en la mayoría de las organizaciones modernas de medios". (Hall et al., 1978:57)

Durante los años 80, incluso los investigadores de la tradición crítica político-económica empezaron a replegarse. Así Peter Golding, un economista político de primera línea, subrayaba la importancia del control ideológico y de los valores individualistas de los periodistas por encima de los de los propietarios económicos de los periódicos en el resultado de la cruzada tabloide contra el "saqueo" de los necesitados sociales (Golding y Middleton, 1982). De modo parecido, Murdock -el otro máximo exponente economista político especializado en medios en Inglaterra- explicaba la conducta informativa de los medios durante los conflictos raciales de 1981 en términos de accesibilidad a las fuentes y de los discursos disponibles para los informadores. De nuevo se hacía muy poca referencia a la propiedad económica capitalista o a la presión de la directiva como factores que pudieran explicar por qué la cobertura informativa del tema se realizó desde una posición tan conservadora (Murdock, 1984). Yo incluso cambié absolutamente de opinión en las ediciones revisadas de un manual (Curran y Seaton, 1985, 1988).

Sin embargo la interpretación crítica culturalista ofrece un refugio incierto a los economistas políticos desorientados. En su clásica formulación británica avanzada por Hall y sus colaboradores, se defiende que las instituciones de poder y sus intereses actúan como "definidores primarios" de los medios, y que los periodistas actúan como "definidores secundarios", traduciendo al idioma popular el marco interpretativo que las fuentes acreditadas les proporcionan (Hall et al., 1978). Philip Schlesinger (1989), empero, ha lanzado hace poco un devastador Exocet contra esta posición. En pocas palabras, afirma que los definidores primarios a veces proporcionan marcos de referencia en conflicto; que el concepto de definidor primario es simplista porque no consigue reconocer que unas fuentes solventes son más decisivas que otras; que es implícitamente atemporal porque ignora cómo los cambios en el equilibrio de las fuerzas sociales alteran la composición de los definidores primarios; y, finalmente, que sobrevalora la pasividad de los medios. Estos argumentos teóricos se ilustran en términos concretos en unos recientes estudios de campo en Inglaterra y los Estados Unidos (Curran, 1989; Hallin, 1989). Efectivamente, esta crítica es una extensión de la reformulación que hemos citado antes según la cual se cuestiona la visión de la sociedad dominada por la clase dirigente y se plantea un modelo alternativo que pone el acento en las fisuras y tensiones en el bloque dominante, y en el contexto amplio de competición ideológica y resistencia desde las clases inferiores.

Esta perspectiva se acerca mucho a la imagen convencional que de los medios promueven los teóricos liberalistas, que los muestran como un foro de debate público. De todas formas, lo que distingue a los revisionistas críticos de los liberalistas son dos argumentos clave. Uno de ellos es que los grupos y clases sociales no tienen igual acceso a los medios ni los mismos recursos con los que generalizar sus visiones e intereses. En este punto, curiosamente, ha habido un cambio en la tradición liberalista de investigación sobre medios. La importancia que la autonomía individual de los periodistas tiene en su entorno organizacional, ejemplificada en la pionera e iluminadora investigación de Tunstall (Tunstall, 1981) ha abierto el camino a una atención creciente a las interconexiones entre organizaciones mediáticas y centros de poder

(Hess, 1984, Sigal, 1987, Ericson, Baranek y Chan, 1987, 1989; Schudson, 1989). De hecho, algunos investigadores de la tradición liberalista muestran su unánime acuerdo respecto a la idea de que las rutinas y valores organizacionales de la mayoría de las instituciones mediáticas están viciadas a favor de los intereses de poder.

El segundo argumento es la idea de que la propiedad capitalista puede formar las normas y valores de las organizaciones informativas principalmente a través del control de los nombramientos de los directivos editoriales, y que el mercado rara vez funciona de modo neutral entre los diferentes intereses sociales. Aquí de nuevo hay también señales de un cambio en la investigación liberalista, de manera más notable en un estudio reciente sobre los medios en Canadá, que documenta cómo los cambios en los nombramientos de directivos afectan a la cobertura informativa diaria (Ericson, Baranek y Chan, 1989). También se ha discutido cómo la perspectiva etnográfica tiene un punto ciego metodológico que tiende a oscurecer el modo en el que las presiones de los directivos afectan a los periodistas (Curran, 1989).

Tómese el punto de vista que se tome, la perspectiva liberalista clásica sobre los medios como cuarto poder autónomo ha pasado a ser tan escuálida como la visión marxista clásica de los medios como aparato ideológico estatal. Una perspectiva intermedia situada entre estas dos posiciones emerge con fuerza con cambios recíprocos por parte de los investigadores de los campos liberalista y crítico. Aparte de esto, diferencias aún existentes en el modo como se conceptualiza el poder económico y político por parte de los diferentes investigadores impedirán que tenga lugar una convergencia absoluta entre ambos bandos.

## VALORACIONES REVISIONISTAS EN LOS ESTUDIOS DE LA RECEPCIÓN

De todas formas, es en los temas relacionados con la producción de significado y la recepción de audiencias donde el revisionismo investigador ha tenido más impacto público. La tradición crítica de investigación de la comunicación de masas se ha basado siempre en gran medida en un análisis de significado relativamente aproblemático. Pero ahora surge una tradición nueva de investigación revisionista que pone de relieve las inconsistencias, contradicciones, vacíos e incluso oposiciones internas que existen en el interior de los textos. Este cambio se aprecia bien en la comparación entre la pesimista colección de ensayos sobre mujeres y medios editada por Helen Baehr (1980), y la más optimista y redentora recopilación de textos de revisionistas como Cook y Johnston (1988) <sup>6</sup> y Modleski (1982) que ponen el acento en los puntos internos de resistencia a los valores patriarcales o las ambivalencias cruciales de los textos. Este cambio se ve en su forma más extrema en la idea de que la TV es un medio que produce frecuentemente programas abiertos y ambíguos, "textos productivos" que "delegan la producción de significado en el espectador-productor" (Fiske, 1989c). Similar cosa se dice de los vídeos de rock en otro estudio (Larsen, 1989).

La segunda transformación clave es una reconceptualización del público, ahora considerado un activo productor de significado. Ésta es un área de investigación sobre

medios que se ha mitificado extensamente -tema al que volveremos después-. Basta con notar aquí que la asunción de que las audiencias responden de forma prescrita a significados fijos y preconstituídos en los textos, asunción que encontramos en ciertos tipos de análisis formalistas, es puesta en duda a partir de la noción de que el significado se construye a través de la interacción del texto con las posiciones sociales y discursivas de los receptores. Esta afirmación quedó bien establecida en un notable estudio de las reacciones a dos programas *Nationwide* por David Morley, uno de los revisionistas críticos más influyentes y distinguidos. Este investigador mostró cómo los grupos divergentes respondían de diferentes maneras al programa *Nationwide*, y que dichas diferencias reflejaban los diferentes discursos e instituciones en los cuales se situaban los grupos. Se trató de un análisis particularmente crucial por el modo como ilustró la importancia de las formaciones subculturales diversas dentro de las mismas clases sociales a la hora de configurar las diferentes respuestas del público (Morley, 1980).

El énfasis investigador en la autonomía de los receptores ha favorecido una consideración más cauta de la influencia de los medios. Típico de esta reorientación revisionista es un estudio de campo sobre un "panico moral" que no solamente fracasó como tal sino que creó una oleada de simpatía hacia la pretendida víctima de la campaña (Curran, 1987). Del mismo modo el fracaso del satélite transeuropeo de TV en la creación de una audiencia masiva se ha explicado en términos de la autonomía de la audiencia derivada de las diferencias culturales y lingüísticas (Collins, 1989).

Finalmente, la conclusión implícita según la cual los medios sólo tienen una influencia limitada está favoreciendo el cambio de interés de algunos investigadores. Lo estético-político ha abierto el camino a lo estético-popular; el foco de la investigación se ha trasladado de la cuestión de por qué las representaciones de los medios favorecen o no la lucha política o cultural a la cuestión de por qué los medios de masas son populares. Esto anima a la publicación de "readers" que intentan inferir la naturaleza del placer popular inserto en el contenido mediático (Drotner, 1989) y estudios etnográficos de audiencias que intentan sondear las raíces de dicho placer (Kippax, 1988).

## ¿EL REDESCUBRIMIENTO DE LA RUEDA?

El revisionismo se presenta a menudo en terminos autoafirmativos como ejemplo de progreso intelectual gracias al cual aquellos que nadan en el error pueden verse conmovidos e iluminados. Así, Morley (1989:16-17) destaca cómo la "entera tradición de estudio de los efectos" se ha visto dominada por un "modelo hipodérmico de influencia" hasta que el enfoque de usos y gratificaciones adelantó el concepto de recepción activa. Esto fue un avance, se nos dice, porque "desde esa perspectiva ya no podemos hablar de los "efectos" del mensaje en una audiencia masiva y homogénea a la que se supone una reacción idéntica". Sin embargo este avance se vio "severamente limitado" porque en último término explicaba las respuestas diferentes a los medios como "diferencias individuales de personalidad y psicología". Sólo el nuevo revisionismo, se nos informa, introduce una explicación más satisfactoria y completa.

Esto es una pasmosa, aunque a menudo se repite <sup>7</sup>, caricatura de la historia de la investigación en comunicaciones que deja en la cuneta a toda una generación de investigadores. Presenta como innovación lo que en realidad es un proceso de redescubrimiento. Esta mitificación además tiene el efecto de oscurecer las múltiples líneas de intersección entre la investigación sobre medios del pasado en la tradición liberalista y el nuevo revisionismo que surge de la tradición crítica. No se puede decir de ningún modo sensato que la investigación de los efectos haya estado "dominada" por el modelo hipodérmico. Muy al contrario, su principal objetivo incluso desde el año 1940 fue el de afirmar la independencia y autonomía de los receptores de medios para así conjurar la muy extendida noción de que el público es fácilmente manipulable por parte de los medios. Y para alcanzar este objetivo se desarrollaron muchas de las perspectivas que ahora son proclamadas como nuevas en la reciente riada de estudios de la "recepción", aunque con un lenguaje técnico diferente y a veces con menos sutileza.

Así, los investigadores de los efectos afirmaron hace mucho tiempo ya que las predisposiciones que las personas tienen hacia los textos influyen de modo crucial la comprensión de los mismos, y que las diferentes predisposiciones generan diferentes comprensiones. Así, por citar un estudio al azar hoy casi olvidado, Hastorf y Cantril (1954) exhibieron un partido de fútbol particularmente sucio entre Dartmouth y Princeton ante dos grupos de estudiantes, uno de cada universidad, y les pidieron entre otras cosas que contaran el número de faltas cometidas por cada equipo. Los estudiantes de Princeton concluyeron que el equipo de Dartmouth había cometido más del doble de infracciones que su propio equipo, mientras que la mayoría del grupo de Dartmouth concluyó que ambos equipos habían cometido más o menos las mismas faltas. Esto condujo a los autores a avanzar la perspectiva "transaccional", según la cual "es inexacto o engañoso decir que la gente tiene diferentes actitudes hacia las mismas cosas. Porque esas cosas no son las mismas para las diferentes personas, ya sean partidos de fútbol, candidatos presidenciales, comunismo o espinacas". Por implicación, el apotegma "ver es creer" debe reformularse como "creer es ver".

Este estudio, que atribuye diferencias de respuesta en la audiencia a diferencias en la disposición previa compartida, y no a lo que Morley despectivamente considera "diferencias individuales de personalidad o psicología" no fue un caso inusual de ese periodo de investigación. Pero ofrece un ejemplo característico de investigación relativamente simple y unidimensional de adaptación de significado por la audiencia. En cualquier caso, algunos investigadores de los efectos desarrollaron también un modelo mucho más complejo de interacciones en la audiencia que se anticipó al "subsiguiente descubrimiento de los procesos interdiscursivos de los encuentros entre textos y lectores" de los revisionistas. Un ejemplo temprano de esta más sofisticada aproximación nos la proporciona el análisis de las reacciones a dibujos animados antirracistas de Patricia Kendall y Katherine Wolff (1949). En los dibujos animados aparecía un muñeco llamado Mr. Biggott, hombre de mediana edad, poco atractivo y malhumorado cuya estupidez (patente en las telarañas que le salían de la puntiaguda cabeza) e ideas extremistas tenían como finalidad desacreditar las ideas racistas. El estudio mostró que el 31 por ciento de los receptores no era capaz de

reconocer que Mr Biggott tenía prejuicios raciales ni que los dibujos satirizaban el racismo, y que en general existía una considerable diversidad en el modo como los miembros del público entendían los dibujos animados. Algunos se resistían a la intención propagandística recurriendo a diversos medios de desidentificación; veían a Mr. Biggott negativamente no a causa de sus ideas (que compartían) sino porque parecía intelectual o socialmente inferior. Unos pocos incluso hallaron la confirmación, en los dibujos, de sus prejuicios, subvirtiendo completamente la intención de los dibujos animados <sup>8</sup>.

Pero quizás la parte más destacada de este estudio es la explicación que, basándose en entrevistas individuales detalladas, se da a por qué los espectadores negociaron los significados de los dibujos del modo como lo hicieron. Un grupo de espectadores que mostró seguridad en sus creencias racistas no sintió la necesidad de distanciarse del racismo de Mr. Biggott y permaneció inconsciente del hecho de que los dibujos fueran un ataque a sus opiniones. Otro grupo de espectadores con prejuicios comprendió momentáneamente el propósito satírico de los dibujos, lo experimentó como un castigo, pero en una segunda reacción se desidentificó de Mr. Biggott (en uno de los casos identificando a Mr. Biggott con un judío) y así consiguieron autoocultarse la intención proselitista del dibujo animado. La clave para entender su compleja reacción fueron sus propios sentimientos de culpa, incertidumbre o apuro ante sus propias ideas racistas. Un tercer grupo de jóvenes con prejuicios impuso un marco de referencia diferente que trascendió el marco previsto de significado del dibujo. En lugar de ver los dibujos como un ataque a sus propias ideas, los interpretaron como un ataque satírico hacia la generación de personas mayores de las que Mr. Biggott simbolizaba la debilidad, impotencia o absurdidad como figura autoritaria defectuosa ( uno de los entrevistados se refirió expresamente a su padre en este sentido). En algunas de las entrevistas mantenidas con este grupo uno tenía la impresión de que los dibujos habían "funcionado" en el sentido de animar una revalorización de los prejuicios dentro de un discurso de modernidad dirigido contra la generación paterna.

Que las audiencias perciben significados de los medios de masas muy diferentes ha sido, pues, un hallazgo central en la investigación sobre efectos durante casi medio siglo. Otro aspecto de la relativa autonomía del público, documentado por Lazarsfeld, Berelson y Gaudet ni más ni menos que en 1944, es la tendencia de la gente a buscar en los medios aquel contenido que refuerza sus opiniones previas y a eludir el contenido que pone en duda sus creencias. Pero ya desde los primeros años 50, los investigadores empiezan a discutir con intensidad la verdadera importancia de la exposición selectiva del público, y la evidencia sugiere que el avance de la TV ha reducido la elusión deliberada del mensaje de los medios. De todas maneras la evitación defensiva de mensajes disonantes persiste hasta un cierto grado, particularmente cuando la definimos como falta de atención en lugar de simplemente como abstención <sup>9</sup>.

Durante los años 40 los investigadores demostraron también que la formación sub-cultural interna a la audiencia inflúa en el grado de aceptación de las representaciones de los medios (Hyman y Sheatsley, 1947). Este hecho se ha convertido en un

hallazgo recurrente en la investigación de los efectos, como ilustra, en pocas palabras, el conjunto de estudios sobre la serie norteamericana *All in the Family*, en la que aparecía el protagonista intolerante, chauvinista, políticamente reaccionario pero adorable hombre de clase trabajadora Archie Bunker, quien discutía regularmente con su progresista hijo político Mike. Los adolescentes con prejuicios raciales de Canadá y Estados Unidos se sentían mucho más inclinados a pensar que el intolerante Archie tenía razón y ganaba al final que los jóvenes espectadores con menos prejuicios (Vidmar y Rokeach, 1974; cf. Brigham y Giesbrecht, 1976). Un estudio similar en Holanda reveló una imagen más compleja en la cual grupos con diferentes conglomerados de actitudes -ya fueran etnocéntricos, autoritarios o tradicionalistas- respondían a las series en formas parcialmente diversas (Wilhoit y De Bock, 1976). De todos modos el estudio más interesante, basado en las respuestas de niños de seis a diez años ante un único programa, proporcionó una conclusión clásica sobre los temas de los que se ocupa el nuevo revisionismo: diferentes tipos de niños, con diversas creencias, actitudes y valores, se ven afectados de maneras netamente diversas por el visionado de un programa y como resultado de los diversos procesos de socialización (Meyer, 1976).

Debemos hacer una sucinta referencia a otras dos tendencias de la tradición de los "efectos", ambas infradesarrolladas en los estudios de la "recepción". La primera es el interés por los procesos dinámicos de mediación de los grupos primarios y su capacidad para bloquear, reforzar o modificar los mensajes de medios masivos, a partir de la histórica investigación de Katz y Lazarsfeld (1955)<sup>10</sup>. La otra corriente refleja el énfasis que en algunos estudios se da a la retención selectiva de información. Levine y Murphy (1943) averiguaron que los grupos pro y anticomunistas tendían a recordar la información acorde con sus posiciones previas, y a olvidar la información que no encajaba con su visión del mundo, así como el hecho de que esta capacidad de olvido selectivo se incrementa con el tiempo. Investigaciones subsiguientes sobre la retención han revisado y refinado la comprensión de las variables que afectan a la memoria selectiva.

La tradición de los "efectos" pues, prefigura los argumentos revisionistas al mostrar documentalmente los múltiples significados generados por los textos, el papel activo y creativo de las audiencias y las maneras como las diversas posiciones discursivas y sociales promueven determinadas lecturas. En dos palabras, sólo una perspectiva capitidismínuida de la investigación de la comunicación de masas, que considere que la era moderna empieza con los análisis textuales de películas y programas de TV en la revista *Screen*, y que considere que todo lo anterior se pierde en la brumosa noche de los tiempos, puede ver al nuevo revisionismo como algo innovador y sorprendente.

Dicho esto, el enfoque revisionista tomado en su conjunto representa en cierto sentido un avance. Presta mucha más atención al texto, proporciona una comprensión mucho más rica y completa de los procesos interdiscursivos en la recepción de las audiencias y, sobre todo, ubica esos procesos en un contexto sociológico más adecuado. Pero también representa en otro sentido un paso atrás por su rechazo a la cuantificación, su excesiva confianza en las discusiones de grupo y su consecuente

incapacidad para sondear adecuadamente las diferencias intragrupalas o individuales<sup>11</sup>, y su invocación del vago concepto de “descodificación” que algunos investigadores de la tradición de los efectos, con gran sentido, partieron analíticamente para distinguir entre atención, comprensión, aceptación y retención.

Es ahora el momento apropiado para considerar los paralelismos entre el revisionismo, los estudios etnográficos de la audiencia y el enfoque de usos y gratificaciones. Se ha convertido en lugar común entre los revisionistas la idea de que las limitaciones de la investigación sobre usos y gratificaciones fueron el precedente que condujo a la proclamación de su propia superioridad investigadora. Así, Ang (1985) argumenta que el enfoque revisionista constituye un avance porque, a diferencia de la vieja tradición, presta mayor atención a los mecanismos a través de los cuales se genera el placer y porque además no adopta una concepción esencialista de necesidades y gratificaciones. Hay parte de verdad en sus argumentos, pero la afirmación de que la vieja tradición adopta una definición esencialista de las necesidades es sólo parcialmente correcta.

Hay, de hecho, considerables puntos de afinidad entre el revisionismo, la investigación etnográfica y la tradición temprana a la que la autora ataca. Esto puede verse al comparar su propio inteligente y revelador estudio sobre la recepción de la serie *Dallas* en Dinamarca con un estudio de usos y gratificaciones sobre un serial de radio realizado por Herzog (1944) en los Estados Unidos. Ambas investigaciones se interesan por el modo como los seriales proporcionan las bases para la identificación idealizada pero operativa. Pero dado que Herzog no presta atención apenas al contenido real de los seriales, no recurre a ninguna definición esencialista de necesidades o gratificaciones. Sin duda proporciona la autora en cierto sentido una descripción del placer obtenido por las mujeres con los seriales mucho mejor situada socialmente que el estudio de Ang, pues el estudio de Herzog se basa en material de entrevistas, en tanto que en el caso de Ang se trata de cartas. Este hecho permite a Herzog ilustrar lo que Ang llama “la estructura trágica del sentimiento” en términos de las particulares situaciones sentimentales desagradables en las que las mujeres se reconocen, aunque la autora no generalizara una perspectiva feminista.

Por decirlo sencillamente, la investigación sobre usos y gratificaciones no siempre se parece a la imagen que de ella dan aquellos que afirman la novedad del enfoque revisionista. Hay similitudes entre las dos tradiciones. Más aún, las inferencias derivadas del análisis de la recepción *en su conjunto* no apuntan siempre a nuevas direcciones. En algunos casos, se trata de las viejas recetas liberalistas recalentadas y presentadas como nueva cocina.

## MODELOS REVISIONISTAS DE LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS

La demostración empírica de la relativa autonomía de la audiencia ha sido una pieza clave en las perspectivas liberalistas sobre los medios. Los “descubrimientos” de la investigación empírica se desplegaron en un grado considerable para refutar un

modelo de medios que los presentaba como agencias de control de clase o como sistemas de transmisión a las clases inferiores de la influencia de las élites. Esta refutación se ancla entonces en una concepción de la sociedad como panal de pequeños grupos en el que el poder está ampliamente repartido y la opinión pública —el medio indirecto a través del cual se controla y supervisa al Estado— crece orgánicamente desde las capas bajas.

Dentro de una problemática diferente, un argumento en cierto modo similar aparece ahora entre los críticos revisionistas. Los estudios de la recepción que están probando documentalmente la independencia de las audiencias se invocan ahora para poner en cuestión la idea de los medios como sistemas de reproducción de los discursos dominantes. Este nuevo revisionismo también entiende la sociedad como una gama cambiante de subculturas y grupos. Por implicación, el poder para configurar el mapa social o construir el sentido social de forma que se atiendan y universalicen los intereses colectivos se ve ampliamente disperso en la sociedad. No existen discursos dominantes, sino sencillamente una democracia semiótica de voces pluralistas. Pero esta nueva versión del argumento liberalista sobrevalora su situación sobre todo porque exagera la impermeabilidad de los públicos a las influencias de los medios. Del mismo modo como se sobrevaloró la importancia de la autonomía de las organizaciones de los medios frente a los grupos de poder en las clásicas formulaciones liberalistas, así ahora igualmente se sobrevalora el estatus autónomo de las audiencias. En realidad, el circuito del poder no está desconectado del todo en dos puntos: los procesos de codificación en las organizaciones mediáticas y la descodificación de la audiencia.

En primer lugar, los textos mediáticos raramente son textos abiertos, sino que presentan frecuentemente la forma que Morley (1980) ha llamado con acierto "polisemia estructurada". Es decir, los símbolos denotativos en los textos dan pie, en mayor o menor medida, a tipos de comprensión deseadas para el público, aún cuando éste pueda en ocasiones rechazar las mismas. Un simple ejemplo de esto aparece en una discusión de grupo grabada en la cual un entrevistado señalaba a una pantalla de TV y ponía en duda la interpretación que otro miembro del grupo estaba haciendo diciendo simplemente y con efecto claro que "no parecían de la mafia" (Philo 1989). En efecto, el espectador invocaba una comprensión ampliamente compartida de signos denotativos como "evidencia" para persuadir a los otros de la validez de su "lectura". En segundo lugar, los públicos no tienen un infinito repertorio de discursos que puedan utilizar para adaptar los significados televisivos. La ubicación de los individuos en la estructura social tiende a determinar a qué discursos tendrán acceso. Este hecho a su vez influye en la gama de "lecturas" que pueden realizar del contenido de los medios.

La combinación de estas dos limitaciones a la autonomía de la audiencia —el sesgo denotativo de las significaciones predilectas y la desigual distribución de las posiciones discursivas— tiene ciertas consecuencias. Así se ha mostrado con brillantez en el estudio de Philo sobre la recepción de informativos de la televisión británica en las huelgas mineras de 1984 y 1985 (Philo, 1990). Este estudio muestra la clara correspondencia existente entre ciertos temas recurrentes de la información en TV sobre la huelga y lo

que después de un considerable lapso de tiempo la audiencia comprendía, creía y recordaba de los hechos. La huelga de los mineros tuvo una larga vida informativa y fue cubierta con intensidad por los medios. Quizás en parte debido al impacto acumulativo de las imágenes y los temas constantemente reiterados los significados televisivos permanecieron frente a los discursos que las audiencias previamente tenían.

Sin duda la parte más esencial de este importante estudio es la doble perspectiva que nos ofrece del diálogo que tiene lugar entre los espectadores y las noticias de televisión. Por un lado, nos ilustra la variedad de recursos que las audiencias tienen para resistir o negociar los significados televisivos -conocimiento de primera mano (e, incluso más importante, el "boca a boca" del conocimiento de primera mano), experiencias de clase, culturas políticas, otras informaciones de medios, disposiciones escépticas hacia los medios y procesos de lógica interna. Pero por otro lado muestra también este estudio el modo como algunas personas ajustan sus opiniones a la luz de la información que reciben por la TV, incluyendo, de modo crucial, a personas fuertemente identificadas con el Sindicato Nacional de Mineros en huelga, quienes llegaron a aceptar con leves reparos temas contrarios al sindicato en los informativos de la televisión (Philo, 1990).

Este estudio nos muestra una transformación en la corriente de investigación sobre los efectos. El modelo de efectos mínimos o limitados que dominaba la investigación empírica norteamericana durante toda una generación está siendo atacado cada vez más intensamente por investigadores de la tradición liberalista. Estos investigadores declaran cada vez con más insistencia que los medios ejercen considerable influencia, en ciertas circunstancias, sobre las creencias, cogniciones y opiniones del público (McLeod y McDonald, 1985; Iyengar y Kinder, 1987; Kosicki y McLeod, 1990). Al afirmar esto, están suavizando uno de los dogmas del cánón liberalista. Por una curiosa ironía, los celebrantes revisionistas de la democracia semiótica se están moviendo ahora hacia posiciones que los liberalistas han abandonado. Están dentro de una corriente interesada más en el revivalismo que en el revisionismo; están volviendo a ciertos conocimientos desacreditados del pasado.

## CONTINUIDAD Y DISCONTINUIDAD

Sin embargo, los estudios revisionistas de la recepción no son homogéneos. Hay dos tendencias bien distintas: una que constituye la continuación de la tradición crítica; y otra que pertenece a una modalidad menos normativa.

La tendencia crítica continúa situando el consumo cultural dentro del contexto más amplio de la lucha social. El aplaudido estudio de Janice Radway sobre americanas adictas a las novelas románticas ejemplifica este enfoque. Las mujeres objeto de su análisis realizan una reconstrucción simbólica de la masculinidad; se exponen a novelas rosa en las que hombres insensibles, duros o poco perceptivos son humanizados por el amor de una mujer y se transforman en personas sensibles, cariñosas y cuidadosas (Radway, 1987). Existe una afinidad reconocible entre este estudio desde el frente patriarcal y las investigaciones previas del entorno de Birmingham sobre el

frente de la lucha de clases, como por ejemplo el simpático retrato de los "teddy boys", "mods" y "rockers" ingleses de Hebdige (Hebdige, 1979) y sobre los "skin heads" (Hebdige, 1981). Ambos análisis buscan la relación entre el consumo cultural y la experiencia social de los públicos. Pero dicha experiencia se sitúa en un contexto amplio de relaciones sociales de explotación en las que los individuos de las audiencias buscan hallar una solución imaginaria a su posición de subordinación o bien se embarcan en formas placenteras de resistencia.

Otra tendencia del análisis de la recepción basada en una concepción menos radical de la sociedad enmarca el consumo cultural en términos diferentes. El estudio etnográfico de Fornas, Lindberg y Sernhede (1988)<sup>12</sup> sobre grupos de rock aficionados en Suecia ilustra de maravilla este enfoque. La idea que subyace a este y otros estudios similares es la de que la cultura popular proporciona la materia prima para la experimentación y la exploración de las identidades sociales en el contexto de una sociedad posmoderna en la que los muros de la tradición que sustentaban y confinaban dichas identidades se han desmoronado. En este caso concreto, la música de rock resulta ser un laboratorio para la producción intensiva de identidad dirigida a adolescentes en busca de una definición de su yo independiente. El estudio es notable por la observación meticulosa y detallista que no es muy común en la investigación crítica. Así, incluso el *tour de force* de Radway (1987) nos proporciona una descripción de las relaciones entre el patriarcado y las adictas a las novelas románticas pero omite la descripción de sus maridos de carne y hueso. El estudio de Fornas *et al.*, así como otros similares, tiene por objetivo analizar el consumo cultural y la formación de la identidad casi como fines en sí mismos. Pertenece a la literatura sobre socialización dentro de la tradición liberalista más que a la tradición crítica de los estudios culturales.

## VALORACIONES REVISIONISTAS DEL VALOR CULTURAL

La otra contribución destacable del pensamiento revisionista consiste en rechazar el pesimismo elitista ante la cultura de masas que era característico de la tradición crítica representada por la Escuela de Frankfurt. Una influencia clave en esta transformación ha sido la de Pierre Bourdieu. Bourdieu ha mostrado la estrecha correspondencia entre posición socio-económica y patrones de gusto en arte y música. Los juicios culturales y estéticos, concluía el autor, no tienen una validez universal y absoluta sino que son simplemente modos de definir, fijar y legitimar las diferencias sociales (Bourdieu, 1986a,b). Esta perspectiva ha sido desarrollada por historiadores de la cultura que han mostrado cómo las fronteras entre alta y baja cultura cambian con el paso del tiempo en respuesta a las estrategias de exclusión emprendidas por las élites que intentan mantener su dominio social (Dimaggio, 1986) y en respuesta a la lucha sobre recompensas materiales y prestigio dentro de la comunidad artística (Fyffe, 1985).

El reconocimiento cada vez mayor de la idea de que el significado se crea en el contexto del consumo mediático ha reforzado aún más la orientación relativista. Esto conduce lógicamente a la conclusión de que las audiencias pueden crear calidad en

la cultura popular. Por ejemplo, Hobson (1982) arguye que las perspectivas y comprensiones que los públicos proporcionan al ampliamente despreciado serial británico *Crossroads* reconstituyen su valor cultural. Igualmente, Schroeder (1989) afirma que las obras de Shakespeare y la serie *Dinasty* tienen una validez cultural comparable porque generan experiencias comparables en el público. Implícito en su estudio, así como en otros similares, está el principio clave sucintamente glosado por el sociólogo americano Michael Schudson (1987:59): "la calidad del arte depende de cómo es recibido, o cómo es creado en el contexto de la recepción, más que en ninguna cualidad intrínseca al objeto de arte mismo". Por implicación, los juicios sobre las así llamadas culturas populares o las altas son juicios sobre sus receptores y las competencias culturales de éstos. Pero estas competencias toman diversas formas y se distribuyen de modos que no corresponden a las jerarquías convencionales del gusto. Así, como Brundson (1981) ha expuesto, el serial requiere una cierta cantidad de capital cultural por parte de la audiencia, igual que una película de Godard requiere otra. Estos argumentos y otros similares han conducido cada vez más al abandono de las normas literarias sobre los juicios en torno a la calidad de la cultura popular y animan a establecer un tácito sistema de valoración basado en el placer de los receptores. Ericson (1989) afirma ser ésta la característica definitoria de los estudios culturales revisionistas en Escandinavia.

De hecho esta reorientación dentro de la tradición crítica no es absolutamente nueva. Irónicamente existió un paralelismo anterior, aunque menos determinado, hacia el relativismo cultural dentro de la tradición liberalista. Existió dentro de ésta también un ala elitista, representada, por ejemplo, por T.S.Elliot (1948) y por Dwight Macdonald (1957). Este elitismo se vio contraatacado por un grupo de exitosos sociólogos, el más notable Shils (1961) y Gans (1974), que alegaban que la dieta popular de medios de comunicación incluía material de alta calidad relacionado con los patrones culturales de una gran parte de la audiencia masiva. Esta respuesta esencialmente defensiva tomó una forma más agresiva, sin embargo, cuando el revival de la investigación de usos y gratificaciones, allá por los años 70, generó atención en torno a la diversidad y riqueza de placeres del público obtenidos via los media. Esto sugirió a investigadores como McQuail, Blumler y Brown (1972) el ataque a la afirmación elitista de que los mensajes consumidos a través de los medios de masas son en su común denominador homogéneos, planos y superficiales. Por ejemplo, mostraron en un admirable estudio que a pesar de que los concursos televisivos son consumidos sobre todo como entretenimiento relajante, para ciertos públicos, particularmente aquellos escasamente escolarizados, constituyen una experiencia de enriquecimiento y puesta a prueba de su educación.

Para completar la simetría de estos dos desarrollos paralelos, hoy en día vemos señales de una retirada general del relativismo cultural. En el campo revisionista crítico una voz de alarma se escucha con más fuerza. Como Seiter *et al.* avisan:

*la popularidad de los programas norteamericanos de televisión que se exportan a todo el mundo no debe hacernos olvidar que otras formas de televisión podrían agradar al público (e incluso,*

*agradarle más). Con nuestro interés por el placer del público en este tipo de programas, corremos el riesgo de validar continuamente la dominación de Hollywood sobre el mercado televisivo mundial" (Seiter et al., 1989:5)*

Quizás una razón que explica este proceso de cambio sea que la estética popular de los revisionistas ha sido incorporada últimamente a la retórica de los neo-liberalistas para justificar la destrucción del servicio público de televisión en Europa. La desregulación de los sistemas de mercado es defendida ahora porque terminará con la distorsión cultural de las élites en la televisión y porque entronizará al soberano consumidor como árbitro de la programación (Adam Smith Institute, 1984; Gallagher, 1989). Esta retórica ha animado además a un cambio de importancia de ciertos factores dentro de la tradición liberalista. El anterior flirteo de Jay Blumler con el relativismo cultural, por ejemplo, ha terminado para siempre. Recientemente este autor atacaba el caso de la desregulación televisiva en tres sentidos amplios. En primer lugar alegaba que todo el proyecto es engañoso tomado incluso estrictamente; la desregulación encojería, así como redefiniría las posibilidades de opción del consumidor y acabaría con ciertas formas de programas considerados placenteros para el público. En segundo lugar, el autor invoca una serie de argumentos totalmente anti-relativistas sobre la "calidad" de los programas, los "niveles" y las categorías generales de contenido, como por ejemplo el drama original, que quedarían en peligro en un sistema televisivo dirigido por el mercado. En tercer lugar, Blumler hace juicios normativos sobre el papel de la TV, que va más allá de un simple modelo de gratificación al consumidor. La TV debería "profundizar en la expresión de la experiencia sobre la condición humana y social" y servir "a la sociedad en todas partes para unir, reconectar y comunicarse consigo misma" (Blumler, 1989b: 87-8) <sup>13</sup>

Este relativismo cultural está siendo puesto en cuestión también por el retorno de intereses más politizados en el campo de los estudios sobre medios, generados en parte por las políticas mediáticas que repentinamente han saltado a la luz desde la nueva derecha. Puede que se trate de un fenómeno exclusivamente británico. Pero la posibilidad de que la programación y emisión se remodelen de acuerdo con las tendencias del libre mercado marcadas por la prensa capitalista en Inglaterra ha levantado la preocupación acerca de los cambios que entrañaría esto en las relaciones de poder y lucha social. El resultado es una revalorización general de la televisión de servicio público, en la que las antiguas ideas sobre la televisión británica como agente del orden dominante están siendo profundamente matizadas por parte de los investigadores críticos. Así, McNair (1988) defiende que los informativos para minorías o los documentales están más abiertos a perspectivas críticas que los programas mayoritarios; mientras que Schlesinger, Murdock y Elliott (1983) indican que los contenidos dramáticos están menos cerrados ideológicamente que los asuntos de actualidad; y yo mismo voy más allá al afirmar que la televisión de servicio público está más abierta a los movimientos populares de oposición que las mismas organizaciones de prensa popular, que resultan más "cerradas" (Curran 1989). Un cambio de valoración similar se da en la literatura sobre el Estado de Bienestar británico, quizás en parte por las mismas razones. Tanto el Estado del Bienestar como

la televisión de servicio público se ven últimamente atacadas desde la nueva derecha, lo que mueve a los investigadores críticos y liberales a encontrar más puntos en común entre ellos.

## RETROSPECTIVA

Este ensayo ha subrayado deliberadamente los cambios que en los últimos quince años hemos vivido, pero debemos hacer dos puntualizaciones distintas. Algunos investigadores de los medios, particularmente los historiadores y los psicólogos sociales, han permanecido incólumes frente a la fermentación intelectual que les rodeaba, y han continuado sus modos de investigación de siempre. Ha habido también una continuidad inmanente de pensamiento, una evolución paso a paso hacia algunos de los aparentemente abruptos cambios de dirección que hemos descrito. Por ejemplo, el reciente análisis empírico de la recepción debe mucho a las formulaciones teóricas de Barthes (1975), Eco (1972) y Hall (1973b) en los primeros años 70, así como existen, como hemos visto, puntos de afinidad con la investigación empírica que apareció desde los años 40. Igualmente, el cambio de una perspectiva althusseriana hacia el paradigma gramsciano producido en los últimos años de los 70 no fue una disrupción tan grande como la que algunos autores han proclamado <sup>14</sup>.

De todas las maneras, se ha producido un gran cambio. La transformación más importante y significativa en términos generales es el avance consecutivo de los temas liberalistas dentro de la tradición crítica: en particular, el rechazo de los marcos interpretativos totalizantes del marxismo, la reconceptualización de las audiencias como creativas y activas y el cambio de lo político hacia lo estético-popular. Dado que este revisionismo evoluciona en respuesta a un debate interno dentro de la tradición crítica, más que como respuesta a los textos liberalistas, la extensión de este movimiento a favor de la tradición liberalista se está viendo parcialmente oscurecida. Ha ocurrido pues un cambio de marea en este campo, que para mejor o para peor reformará también el desarrollo de los estudios sobre medios y cultura en Europa

---

## NOTAS

- <sup>1</sup> Artículo publicado en el *European Journal of Communication* (SAGE, London, Newbury Park and New Delhi), Vol. 5, (1990), 135-164.
- <sup>2</sup> James Curran es Profesor de Comunicaciones en el Goldsmith Colledge, Universidad de Londres, New Cross, London SE14 6NW.
- <sup>3</sup> Este ensayo en efecto constituye una serie de bosquejos destinados a aclarar lo que luego será una edición revisada del texto *Mass Communications and Society*, y se ha beneficiado también de las conversaciones sostenidas con mi co-editor, Michael Gurevitch.
- <sup>4</sup> Philo (1987) replicó a su vez a este ataque en nombre del Glasgow University Media Group.
- <sup>5</sup> Hebdidge (1988) dice persuasivamente que una tendencia del pensamiento posmoderno rechaza las aspiraciones teleológicas y el racionalismo que constituyen una herencia intelectual común a las tradiciones marxista y liberalista.
- <sup>6</sup> De hecho, el admirable ensayo de Cook y Johnston se publicó por primera vez en 1974 en una oscura publicación de un festival de cine, y sólo recientemente ha sido distribuido adecuadamente. Se adelantó a su tiempo.
- <sup>7</sup> Irónicamente Morley (1980) mismo nos dio una visión histórica más compleja y ligeramente menos engañosa nueve años antes.
- <sup>8</sup> Este último punto solamente salió a la luz en su totalidad en el análisis de los mismos datos desarrollado por Cooper y Jahooda (1947).
- <sup>9</sup> Para una disquisición más amplia sobre el tema, *vid.* Tan (1985)
- <sup>10</sup> Para una disquisición valiosa y breve sobre cómo se ha ido complicando el modelo de dos pasos de flujo comunicativo de Katz y Lazarsfeld véase Mc Quail y Windahl (1981).
- <sup>11</sup> Es relativamente poco plausible alto grado de consenso grupal que Morley (1980) registró en su trabajo de campo. Probablemente surgirían diferencias intragrupalas más grandes si el autor hubiera llevado a cabo entrevistas individuales. Un ejemplo reciente de investigación que aclara las tremendas diferencias individuales dentro de grupos de receptores de noticias es la de Graber (1988).
- <sup>12</sup> Mis comentarios se basan en una exposición pormenorizada sobre esta investigación realizada en inglés (Fornas, 1989). Esperemos que el texto original en sueco pueda ser traducido en la serie de la editorial Routledge "Comunicación y Sociedad" que estoy dirigiendo.
- <sup>13</sup> Una primera versión de esta decisiva investigación se ha publicado en Blumler (1986). En su edición revisada se trata de un poderoso análisis -tanto más poderoso cuanto más matizado- del sistema informativo dirigido por el mercado en los Estados Unidos.
- <sup>14</sup> El tamaño de las diferencias entre Althusser y Gramsci se ha sobrevalorado por razones defensivas. De hecho, Althusser explícitamente adoptó una serie de temas gramscianos, reconociendo por ejemplo que la clase dirigente a menudo toma la forma de una coalición social; que la ideología dominante frecuentemente contiene contradicciones; y que la lucha de las clases explotadas puede también ejercerse a través del aparato ideológico del Estado, incluyendo a los medios y así volviendo el arma de la ideología contra las clases en el poder (Althusser 1984:21 cf. 59).

## REFERENCIAS

- Abercrombie, Nicholas, Stephen Hill and Bryan Turner (1984), *The Dominant Ideology Thesis*. London: Allen and Unwin
- Adam Smith Institute (1984), *Omega Report: Communications Policy*. London.
- Althusser, Louis (1971), *Lenin and Philosophy*. London: New Left Books.
- Althusser, L., (1976), *Essays in Self-Criticism*. London: New Left Books.
- Althusser, L., (1984), *Essays in Ideology*. London: Verso
- Ang, Ien (1985) *Watching Dallas*. London: Methuen.
- Barthes, Roland (1975) *The Pleasure of Text*. New York: Hill and Wang.
- Baehr, Helen (ed) (1980), *Women and the Media*. Oxford: Pergamon
- Baudrillard, Jean (1985), *The Ectasy of Communication*, in Hal Foster (de), *Postmodern Condition*, London: Pluto.
- Beharrell, P., and G. Philo (eds) (1977) *Trade Unions and the Media*. London: Macmillan.
- Blumler, Jay G. (1986) "Television in the United States: Funding Sources and Programme Consequences" in *Research on the Range and Quality of Broadcasting Services* (Report for the Committee of Financing the BBC) London: HMSO.
- Blumler, J., (1989a), "The Modern Publicity Process", in Marjorie Ferguson (ed.) *Public Communication*. London: Sage.
- Blumler, J. (1989b), "Multi-Channel Television in the United States: Policy Lessons for Britain", Markle Foundation Report (mimeo).
- Bondebjerg, Ib (1989) "Popular Fiction, Narrative and the Melodramatic Epic of American Television" in Michael Skovmand (ed.) *MediaFictions*. Aarhus: University of Aarhus Press.
- Bourdieu, Pierre (1986a) "The Production of Belief: Contribution to an Economy of Symbolic Goods", in Richard Collins, James Curran, Nicholas Garnham, Paddy Scannell, Philip Schlesinger and Colin Sparks (eds.), *Media, Culture and Society: A Critical Reader*. London: Sage.
- Bourdieu, Pierre (1986b), "The Aristocracy of Culture", in Richard Collins et al., (eds), *Media, Culture and Society: A Critical Reader*. London: Sage.
- Brigham, John, and Linda Giesbrecht (1976) "'All in the Family': Racial Attitudes", *Journal of Communication*, 26(3).
- Brundson, Charlotte (1981), "'Crossroads': Notes on Soap Opera", *Screen*, 22:32-7.
- Chibnall, Steve (1977) *Law and Order News*. London: Tavistock.
- Cohen, Stan (1980), *Folk Devils and Moral Panics*. 2nd. edition. Oxford: Martin Robertson.
- Cohen, Stan and Jock Young (eds) (1981) *Manufacture of News 2 ed.*, London: Constable.
- Collins, Richard (1989) "The Language of Advantage: Satellite Television in Western Europe" *Media, Culture and Society* 11(3):351-71.
- Connell, Ian (1980), "Television News and the Social Contract", in Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe and Paul Willis (eds), *Culture, Media, Language*. London: Hutchinson.
- Cook, Pam and Claire Johnston (1988), "The Place of Woman in the Cinema of Raoul Walsh" in Constance Penley (ed.), *Feminism and Film Theory*. London: Routledge.
- Cooper, Eunice, and Marie Jahoda (1947) "The Evasion of Propaganda: How Prejudiced People Respond to Anti-Prejudiced Propaganda", *Journal of Psychology*.
- Crewe, Ivor (1988), "Has the Electorate become Thatcherite?" in Robert Skidelsky (de), *Thatcherism*. London: Chatto and Windus.
- Curran, James (1980) "Advertising as a Patronage System", in Harry Christian (ed) *The Sociology of Journalism and the Press*, Sociological Review, Monograph 29. Keele: University of Keele Press.

- Curran, J. (1986) "The Impact of Advertising on the British Mass Media" in Richard Collins et al (editors), *Media, Culture and Society: A Critical Reader*. London: Sage.
- Curran, J. (1987) "The Boomerang Effect: The Press and the Battle for London, 1981-6", in James Curran, Anthony Smith and Pauline Wingate (editors.), *Impacts and Influence*. London: Methuen.
- Curran, J., (1989) "Culturalist Perspectives of News Organizations: Reappraisal and a Case Study", in Marjorie Ferguson (editor) *Public Communication*. London: Sage.
- Curran J. (1990), "The Crisis of Opposition: A Reappraisal" in Ben Pimlot and Anthony Wright (editors), *The Alternative*. London: W.H.Allen.
- Curran, J., and Michael Gurevitch (1977), "The Audience", *Mass Communication and Society Block 3*. Milton Keynes: Open University Press.
- Curran, J., Michael Gurevitch and Janet Woollacott (1982), "The Study of the Media", in Michael Gurevitch et al. (editors) (1977), *Mass Communication and Society*. London: Arnold.
- Curran, J., and Jean Seaton (1985 and 1988), *Power Without Responsibility*, 2 and 3. edition, London: Routledge.
- Curtis, Liz (1984), *Ireland: The Propaganda War*. London: Pluto.
- Dimaggio, Paul (1986) "Cultural Entrepreneurship in Nineteenth Century Boston: The Creation of an Organizational Base for High Culture in America", in Richard Collins et al. (editors), *Media, Culture and Society: A Critical Reader*. London: Sage.
- Eco, Umberto, (1972) "Towards a Semiotic Enquiry into the TV Message", Working Paper in *Cultural Studies (3)*. Birmingham: Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies.
- Elliott, T.S. (1948) *Notes Toward a Definition of Culture*. London: Faber and Faber.
- Ericson, Richard, Patricia Baranek and Janet Chan (1989) *Negotiating Control*. Milton Keynes: Open University Press.
- Ericson, Staffan (1989) "Theorizing Popular Fiction" in Michael Skovmand (editor) *Media Fictions*. Aarhus: Aarhus University Press.
- Fiske, John (1987) *Television Culture*. London: Methuen.
- Fiske, J.(1989a), *Reading the Popular*. Boston: Unwin Hyman.
- Fiske, J.,(1989b) *Undersanting Popular Culture*. Boston: Unwin Hyman.
- Fiske, J., (1989c) "Moments of Television: Neither the Text nor the Audience", in Ellen Seiter et al. (editors), *Remote Control*. London:Routledge.
- Fornas, Johan (1989) "Papers on Pop and Youth Culture", *University of Stockholm Centre for Mass Communication research Working Papers (1)*.
- Fornas, J, Ulf Lindberg and Ove Sernhede (1988) *Under Rocken*. Stockholm: Symposion.
- Foucault, Michel (1978) *The History of Sexuality*. Harmondsworth:Penguin.
- Foucault, M., (1980) *Power/Knowledge*. Brighton:Harvester.
- Foucault, M., (1982) "Afterword: The Subject and Power" in Hubert Dreyfus and Paul Rabinow (editors), *Michel Foucault: Beyond Structuralism and Hermeneutics*. Chicago:University of Chicago Press.
- Fyffe, Gordon (1985) "Art and Reproduction: Some Aspects of the Relations Between Painters and Engravers in London 1760-1850" *Media, Culture & Society*, 7 (4): 399-425.
- Gallaher, Ray (1989) "American Television:Fact and Fantasy" in Cento Veljanovski (editor) *Freedom in Broadcasting*. London: Institute of Economic Affairs.
- Gans, Herbert (1974) *Popular Culture and High Culture*. New York: Basic Books.
- Glasgow University Media Group (1976) *Bad News*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Glasgow University Media Group (1980) *More Bad News*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Glasgow University Media Group (1982) *Really Bad News* London: Writers and Readers.

- Glassgow University Media Group (1985) *War and Peace News*. 2 edition Milton Keynes: Open University Press.
- Golding, Peter and Sue Middleton (1982) *Images of Welfare*. Oxford: Martin Robertson.
- Gorz, Andre (1983) *Farewell to the Working Class*. London:Pluto.
- Graber, Doris (1988) *Processing the News* 2 edition. White Plains, NY: Longman
- Gramsci, Antonio (1985) *Selections from Cultural Writings*. London: Lawrence and Wishart.
- Grodal, Torben (1989) "The Postmodern Melancholia of Miami Vice" in Michael Skovman (editor) *Media Fictions*. Aarhus: Aarhus University Press.
- Gurevitch, Michael, Tony Bennett, James Curran and Janet Woollacott (editors) (1982) *Culture, Society and the Media*. London: Methuen.
- Hall, Stuart (1973 a) "Deviancy, Politics and the Media" in Mary McIntosh and Paul Rock (editors) *Deviancy and Social Control* London: Tavistock.
- Hall, Stuart (1977) "Culture, the Media and the "Ideological Effect" in James Curran, Michael Gurevitch and Janet Woollacott (editors), *Mass Communication and Society*. London:Arnold.
- Hall, Stuart (1986) "Cultural Studies: Two Paradigms" in Richard Collins et al. (editors) *Media, Culture and Society: A Critical reader*. London: Sage.
- Hall, S. (1988a) *Hard Road to Renewal*. London:Verso.
- Hall, S. (1988b)"Brave New World" *Marxism Today*. October.
- Hall, S. ,Ian Connell and Lidia Curti (1976) "The Unity of >Current Affairs Television" *Working Papers in Cultural Studies*, 9.
- Hall, S. Chas Critcher, Tony Jefferson and Brian Roberts (1978) *Policing the Crisis*. London:Macmillan.
- Halloran, James (1977) "Mass Media Effects: A Sociological Approach" *Mass Communication and Society Block 3*. Milton Keynes: Open University Press.
- Harrison, Martin (1985) *TV News. Whose Bias?*. London:Policy Journals.
- Hartmann, Paul (1975) "Industrial Relations in the News Media" *Industrial Relations Journal* 6 (4).
- Hastorf, Albert and Hadley Cantril (1954) "They Saw a Game: A Case Study" *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 49:129-34.
- Heath, Stephen (1976) "Narrative Space" *Screen* 17 (3).
- Heath, S. (1977) "Notes on Suture" *Screen* 18(4).
- Heath, S. and Gillian Skirrow (1977) "Television: A World in Action" *Screen* 18(2).
- Hebdige, Dick, (1979) *Subculture*. London:Methuen
- Hebdige, D. (1981) "Skinheads and the Search for White Working Class Identity" *New Socialist* 1 (1).
- Hebdige, D. (1988) *Hiding in the Light*. London: Routledge
- Herzog, Herta (1944) "What Do We Really Know About Daytime Serial Listeners?" in Paul Lazarsfeld and Frederick Stanton (editors), *Radio Research 1942-1943*. New York: Duell, Sloan and Pearce.
- Hess, Stephen (1984) *The Government/Press Connection*. Washington DC: Brookings Institute.
- Hood, Stuart (1980) *On Television*. London: Pluto.
- Hobson, Dorothy (1982) *Crossroads*. London:Methuen.
- Hyman, Herbert and Paul Sheatsley (1947) "Some Reasons Why Information Campaigns Fail" *Public Opinion Quarterly* 9:412-23.
- Iyengar, Shanto and Donald Kinder (1987) *News That Matters: Television and Public Opinion*. Chicago: University of Chicago Press.
- Katz, Elihu and Paul Lazarsfeld (1955) *Personal Influence*. New York: Free Press.
- Kendall, Patricia and Katherine Wolff (1949) "The Analysis of Deviant Case Studies in Communications Research" in Paul Lazarsfeld and Frank Stanton (editors) *Communications Research 1948-1949*. New York: Harper.

- Kippax, Susan (1988) "Women as Audience: The Experience of Unwaged Women of the Performing Arts" *Media, Culture and Society* 10 (1):5-21.
- Kosicki, Gerald and Jack McLeod (1990) "Learning From Political News: Effects of Media Images and Information Processing Strategies" in Sidney Kraus (editor) *Mass Communication and Political Information*. Hillsdale, NY: Lawrence Erlbaum.
- Larsen, Peter (1989) "Beyond The Narrative. Rock Videos and Modern Visual Fictions" in Michael Skovmand (editor) *Media Fictions*. Aarhus: Aarhus University Press.
- Lazarsfeld, Paul, Bernard Berelson and Hazel Gaudet (1944) *The People's Choice*. New York: Columbia University Press.
- Levine, Jerome and Gardner Murphy (1943) "The Learning and Forgetting of Controversial Material", *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 38:507-17.
- Lyotard, François, (1984) *Postmodern Condition*. Manchester: Manchester University Press.
- Macdonald, Dwight (1957) "A Theory of Popular Culture" in B. Rosenberg and D. White (editors) *Mass Culture: The Popular Arts in America*. New York: Free Press.
- McLeod, Jack (1988) "The Mass Media and Citizenship" *Stevenson Lecture*, Department of Politics, University of Glasgow, mimeo.
- McLeod, J., and Daniel McDonald (1985) "Beyond Simple Exposure: Media Orientations and Their Impact on Political Process" *Communication Research*, 12:3-33.
- McNair, Brian (1988) *Images of the Enemy*. London: Routledge.
- McQuail, Denis (1977) "The Influence and Effects of the Mass Media" in J. Curran, M. Gurevitch and J. Wollacott (editors), *Mass Communications and Society*. London: Arnold.
- McQuail, Denis (1987) *Mass Communication Theory*. London: Sage.
- McQuail, D., Jay G. Blumler and J.R. Brown (1972) "The Television Audience: A Revised Perspective" in Denis McQuail (editor) *Sociology of Mass Communications*. Harmondsworth: Penguin.
- McQuail, D., and Sven Windahl (1981) *Communication Models*. New York: Longman.
- Marshall, Gordon, David Rose, Howard Newby and Carolyn Vogler (1989) *Social Class in Modern Britain*. London: Unwin Hyman.
- Meyer, Timothy P. (1976) "The Impact of "All in the Family" on Children *Journal of Broadcasting* (Winter issue).
- Modleski, Tania (1982) *Loving With a Vengeance*. Hamden CT: Archon Books.
- Morley, David (1980), *The "Nationwide" Audience*. London: British Film Institute.
- Morley, D (1981) "Industrial Conflict and the Mass media" reprinted in Stan Cohen and Jock Young (editors) *Manufacture of News* 2 edition, London: Constable.
- Murdock, Graham (1982) "Large Corporations and the Control of Communication Industries in Michael Gurevitch et al (editors) *Culture, Society and the Media*. London: Methuen.
- Murdock, G. (1984) "Reporting the Riots: Images and Impacts" in John Benyon (editor) *Scarman and After*. Oxford: Pergamon
- Murdock, G. and Peter Golding (1977) "Capitalism, Communication and Class Relations" in J. Curran, M. Gurevitch and J. Woollacott (editors) *Mass Communication and Society*. London: Arnold.
- Noelle Neumann, Elisabeth (1981) "Mass Media and Social Change in Developed Countries", in Elihu Katz and Tamas Szecsko (editors) *Mass Media and Social Change*. Beverly Hills: Sage.
- Philo, Greg (1987) "Whose News?", *Media, Culture and Society*, 9 (4): 397-406.
- Philo, G. (1989) "News Content and Audience Belief: A Case Study of the 1984-5 Miners Strike" *PHD Dissertation*. Glasgow: Glasgow University.
- Philo, G. (1990) *Seeing and Believing*. London: Routledge.
- Radway, Janice (1987) *Reading the Romance*. London: Verso.

- Reimer, Bo and Karl Erik Rosengren (1989) "Cultivated Views and Readers: A Life Style Perspective" in Nancy Signorelli and Michael Morgan (editors) *Advances in Cultivation Analysis*. Beverly Hills: Sage.
- Rosengren, Karl Erik, (1981) "Mass Media and Social Change" in Elihu Katz and Tamas Szecsko (editors) *Mass Media and Social Change*. Beverly Hills: Sage.
- Schlesinger, Phillip (1989) "Rethinking the Sociology of Journalism" in Margaret Ferguson (editor) *Public Communication* London: Sage
- Schlesinger, Ph. , Graham Murdock and Phillip Elliott (1983) *Television "Terrorism"*. London: Pluto.
- Schroeder, Kim (1989) "The Playful Audience. The Continuity of the Popular Cultural Tradition in America" in Michael Skovmand (editor) *Media Fictions*. Aarhus: Aarhus University Press.
- Schudson, Michael (1987) "The New Validation of Popular Culture: Sense and Sentimentality in Academia" *Critical Studies in Mass Communication* 4 (1).
- Schudson, M. (1989) "The Sociology of News Production" ; *Media, Culture & Society* 11(3):263-82.
- Seiter, Ellen, Hans Borchers, Gabriele Kreutzner and Eva Maria Warth (editors) (1989) *Remote Control*. London: Routledge.
- Seymour-Ure, Colin (1989) "Prime Ministers' Reactions to Television: Britain, Australia and Canada" *Media, Culture and Society* 11(3) 307-25.
- Shils, Edward (1961) "Mass Society and its Culture" in N. Jacobs (editor) *Culture for the Millions*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Sigal, Leon (1987) "Sources Make the News" in Robert Manoff and Michael Schudson (editors) *Reading the News*. New York: Pantheon.
- Tan, Alexis, (1985) *Mass Communication Theories and Society*. 2 edition, New York: Wiley.
- Tunstall, Jeremy (1981) *Journalists at Work*. London: Constable.
- Vidmar, Neul and Rokeach, Milton (1974) "Archie Bunker's Bigotry: A Study in Selective Perception and Exposure", *Journal of Communication* 24 (2):240-50.
- Watney, Simon (1987) *Policing Desire*. London: Methuen.
- Whannel, Garry (1979) "Football Crowd Behaviour and the Press" *Media, Culture & Society* 2 (4) 327-43.
- Willhoit, G. Cleveland and Harold de Bock (1976) ""All in the Family" in Holland", *Journal of Communication*, 26 (3).
- Young, Jack (1974) "Mass Media, Drugs and Deviances" in P. Rock and M. McIntosh (editors) *Deviance and Social Control*. London: Tavistock.