

Razón y Palabra
ISSN: 1605-4806
octavio.islas@uhemisferios.edu.ec
Universidad de los Hemisferios
Ecuador

Alcocer Cruz, Daniel Guadalupe
DE LA ESCUELA DE FRANKFURT A LA RECEPCIÓN ACTIVA
Razón y Palabra, núm. 82, marzo-mayo, 2013
Universidad de los Hemisferios
Quito, Ecuador

Disponible en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199525737022

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

DE LA ESCUELA DE FRANKFURT A LA RECEPCIÓN ACTIVA

Daniel Guadalupe Alcocer Cruz [1]

Resumen

El presente trabajo es un recorrido por diferentes corrientes del pensamiento occidental y algunos aspectos que las mismas han aportado al campo de la comunicación. De manera específica nos referimos a la Escuela de Frankfurt, Corriente Culturológica; autores representativos de la recepción activa en América Latina y las reflexiones de Paulo Freire en ese ámbito.

Entre otros propósitos, pretendemos revisar e identificar las aportaciones que las anteriores corrientes del pensamiento han realizado en el terreno de la comunicación y de la recepción activa en específico. A través del presente texto queremos seguir indagando sobre estas escuelas y otras que de manera directa o indirecta han aportado con su visión crítica elementos en el terreno de la comunicación y recepción.

También es relevante la Escuela de Frankfurt pues bajo esa visión crítica de analizar a la sociedad en conjunto, son los primeros pensadores quienes aportan diversos elementos para conocer la incipiente sociedad industrial y de consumo que ha dado pie a un número infinito de ensayos.

Nuestra metodología parte de buscar textos clásicos del tema, los cuales citamos e incluimos en la bibliografía correspondiente, así como recurrir a algunos aspectos de la investigación cualitativa y aplicar al presente artículo.

Del mismo modo es importante reconocer y concluir como algunas reflexiones de ciertas corrientes del pensamiento van siendo superadas por nuevas tendencias en ese campo.

Palabras clave

Comunicación, recepción activa, TICs, movimientos sociales

Abstract

The present document is a workaround the different ways of the occidental thinking, and some aspects they have contributed to the field of communication. Specifically referring to the Frankfurt School, current culturalogistic; authors represent the active reception in Latin America and Paulo's Freire's reflections in this area.

Among other purposes, we pretend to review and identify contributions that older currents of thought have been made in the field of communication and the specific active reception. Through the present document we want to follow the investigation over these schools and others that directly or indirectly have contributed elements with its critic vision in the fields of communication and reception.

It's also relevant as Frankfurt School, with its critic vision of analyzing the society as a whole, are the first thinkers who contributed several elements to get to know the incipient consumer industry society that has given entry to unlimited number of lectures.

Our methodology consist in searching classic essays on the subject, which are quoted and included in the proper bibliography, even requesting to some qualitative aspects of the investigation and apply them on the present sheet.

It's important to acknowledge and conclude how some thoughts of certain ways of thinking that are being left behind by the new tendencies in this field.

Keywords
Communication, active reception, new information technologies, the communication and the social movements.

La Escuela de Frankfurt*

El uso de los medios de comunicación como instrumento de dominación por parte de los dueños del capital para manipular la masa es estudiado y denunciado en las reflexiones críticas de los pensadores de la Escuela de Frankfurt. Esto lleva a expresar a Víctor Lenarduzzi (2001, p.132):

> más allá de los debates y tensiones, de nuestro acuerdo o desacuerdo con las diferentes posiciones, dan cuenta de que la importancia de Benjamin, Adorno, Harkheimer, Marcuse o Lowenthal radica no tanto en sus aciertos o errores (ambos están presentes en todos ellos), sino en enseñar un conjunto de problemas (muchos de ellos apremiantes) y de modos del pensamiento que merecen ser considerados por la reflexión teórica.[1]

Lenarduzzi deja establecido que los de Frankfurt fueron leídos y entendidos en América Latina, inicialmente, bajo la óptica del marxismo. Uno de los países donde se optó muy generalizadamente por esa visión fue Argentina, en donde se publicaba, hacia los sesenta, la revista *Comunicación y cultura,* en la cual, explica Lenarduzzi (2001, p. 147): "sí es imperante decir que sus fuentes de inspiración estuvieron más centradas en otras perspectivas de más evidente definición marxista".[2]

La Escuela de Frankfurt tuvo una enorme influencia en los estudios de comunicación en América Latina, lo cual sienta las bases para el desarrollo de teorías como la Recepción activa y la Mediación Cultural.

La aportación del artículo "Recepción y usos de la Escuela de Frankfurt en los estudios latinoamericanos de la comunicación" resulta interesante por la presencia del pensamiento frankfurtiano en diferentes países de América Latina: Argentina, Venezuela, Brasil, entre otros, son muestra de ello. Y sobresale el siguiente comentario Vasallo (2001, p.138): "pero quien está muy presente en el horizonte de las evaluaciones es Marcuse, que en alguna medida se hacía más permeable para el contexto de la época".[3]

La Escuela de Frankfurt analiza de una forma muy oportuna la actuación de los medios masivos de comunicación y las intenciones de sus dueños por someter a los receptores, a quienes veían como clientes pasivos de un gran mercado.

Sus aportaciones están relacionadas con la crítica al desarrollo del capitalismo europeo que se inicia en la segunda parte del siglo XIX. Diversos teóricos de la comunicación (Martín Barbero, *De los medios a las mediaciones*, 1986; Moragas, *Sociología de la comunicación de masas*, 1985; Mattelart, *Historia de la teoría de las comunicaciones*, 1997), coinciden en que la Escuela de Frankfurt o Teoría Crítica tiene en sus estudios como punto de partida una crítica al entorno social, a la forma en cómo la gente se involucra con los medios de comunicación.

Max Horkheimer, Teodor W. Adorno y Herbet Marcuse estaban impresionados ante el desarrollo y la influencia que lo medios tenían sobre los receptores en las décadas de los 1930-1950, y la poca o nula aportación que hacían a la evolución de la sociedad, incluso, Adorno expresó que el cine era (Barbero, 1986, p.58) "el máximo exponente de la degradación cultural". [4]

José María Pérez Gay, especialista en el pensamiento europeo, describe otra aportación de los teóricos alemanes (Pérez, 2010, p.9): "El individuo es una ilusión; el proceso civilizatorio se convierte en una sociedad de consumo, la industria cultural es su emblema",[5] reflexión que el filósofo mexicano manifiesta tras la revisión que hace a la Escuela de Frankfurt.

Para Horkheimer y Adorno el iluminismo pretende acabar con la fe ciega y los mitos con los que el ser humano busca explicar la razón de su existencia y propone que el hombre se convierta en amo y señor, lo cual sólo puede lograr en la medida en que sepulte sus miedos. Sin embargo, el iluminismo, en lo que pareciera ser un círculo vicioso de la humanidad, también llega a convertirse, al igual que la religión en la época medieval, en un enemigo del hombre en la medida en que (Horkheimer y Adorno, 1944)

> los hombres pagan el acrecentamiento de su poder con el extrañamiento de aquello sobre lo cual lo ejercitan. El iluminismo se relaciona con las cosas como el dictador con los hombres, pues el dictador sabe cuál es la medida en que puede manipular a éstos.[6]

Para los filósofos de Frankfurt, la industria cultural viene a ser una nueva versión del círculo vicioso de la humanidad, pues más que estar al servicio del hombre, lo envuelve en una verdadera fantasía existencial en la cual lo bueno, lo malo, lo bonito, lo feo, lo positivo, lo negativo, todo será según como dicha industria cultural lo dicte.

Claro que, como en todo, habrá excepciones, y un ejemplo se encuentra en la película *El gran dictador*, de Charles Chaplin, en la que se manifiesta el discurso antifascista por la libertad. Los golpes del horror nazi marcan la visión filosófica de estos pensadores y los llevan a retomar la siguiente frase de la Alemania hitleriana (Horkheimer y Adorno, 1944): "Ninguno tendrá frío ni hambre: quien lo haga terminará en un campo de concentración".[7]

La presencia de los medios de comunicación masiva y su uso por parte de los económica y políticamente poderosos para intentar manipular a los receptores es una de las preocupaciones de los estudiosos de Frankfurt, ya que al igual que para el iluminismo, de nada sirven los medios si se han de convertir en tiranos del hombre.

Los estudios de los filósofos de Frankfurt redimensionaron la percepción científica que sobre la sociedad tenían los comunicólogos, sociólogos y psicólogos, entre otras ramas del conocimiento. Sus temas iban de la ciencia a la técnica, de la sociología a la psicología, o de los estudios lingüísticos a los de la comunicación. Por ejemplo, al positivismo lo acusaron de irracionalismo tecnológico y de contribuir a generar "fenómenos destructivos", como señala José Ferrater Mora (1984, p.125).[8]

El asombro que causó la irrupción de los medios de comunicación como la prensa, la radio, el cine y, posteriormente, la televisión, llevó a la masa a hipnotizarse con los contenidos sin cuestionar su veracidad, origen o intención. De ahí la gran importancia que tiene el que los

filósofos de Frankfurt hayan alertado a la humanidad y orientado a los científicos con su pensamiento crítico.

Al respecto, Miguel de Moragas (1985, p.169) señala : "la Teoría Crítica respondía a aquellas fuerzas sociales progresistas que, incorporando el elemento utópico, se mostraban interesadas en saber el quién, cómo y por qué se ejerce el control de la comunicación masiva en la sociedad de capitalismo avanzado".[9]

Teoría Culturológica

En la visión de Denis MacQuali, la Teoría Culturológica tiene una deuda con la Escuela de Frankfurt, ya que son éstos los primeros en reflexionar sobre el papel de los medios en la cultura. Entre la Teoría Crítica y la Culturológica existe una visión distinta sobre las relaciones entre la tecnología y la cultura. Los primeros descalifican de manera contundente las ventajas que la tecnología podría tener para la difusión y el fortalecimiento cultural, mientras que los segundos le encuentran un lado positivo a los avances tecnológicos, como señala Agustín Girard.

La Teoría Culturológica, a diferencia de la Teoría Crítica, trata de encontrar los puntos de coincidencia entre la producción de los medios de comunicación y las soluciones teóricas y prácticas para poder establecer una comunicación entre industria y arte, pero, sobre todo, se interesan por la cuestión de cómo industrializar la cultura sin que ésta pierda su identidad nata, alejándose así de las posturas radicales de los frankfurtianos. Para Agustín Girard (París, 1982) "las máquinas culturales' han transformado la vida cultural de la inmensa mayoría de la población en los últimos treinta años más que en los cien anteriores".[10]

Las industrias culturales no necesariamente significan, en opinión de Girard (París, 1982), un concepto negativo para la comunicación de masas, ya que –como él mismo ejemplifica– gracias a las mismas, en 1978 la "Novena Sinfonía" de Beethoven fue interpretada por la Orquesta Filarmónica de Berlín para 120 millones de oyentes en toda Europa.[11] Y, en otro

ejemplo, tenemos el caso de los videos, los casetes y los discos compactos, los cuales posibilitan que millones de espectadores tengan acceso a diversos productos culturales que, de otra manera, estarían fuera de su alcance.

Siguiendo el modelo dialéctico marxista de tesis y antítesis, podemos encontrar en las posiciones de las teorías –tanto de Frankfurt como culturológica– una síntesis intermedia que nos permita entender mucho mejor el papel de los medios en una sociedad que, por un lado, es impulsada por los grandes intereses económicos hacia la globalización, pero, por el otro, lucha por mantener su identidad local.

Adorno y Horkheimer (1944) consideran que la Ilustración expresa el movimiento real de la sociedad burguesa en su totalidad. "La Ilustración ha perseguido desde siempre el objetivo de liberar a los hombres del miedo y constituirlos en señores... el programa de la Ilustración era el desencantamiento del mundo. Pretendía disolver los mitos y derrocar la imaginación mediante la ciencia".[12]

Más allá del pensamiento y la razón, el género humano tiene que luchar contra su instinto natural, el cual lo lleva a buscar la conformación de dos grupos: los dominados y los dominantes, los de arriba y los de abajo, los que ejercen y los que simplemente siguen el poder.

Los autores analizan más adelante cómo este proceso liberador se va convirtiendo en un proceso de dominación en tanto es el pensamiento propio de la clase burguesa dominante. En este sentido expresan Adorno y Horkheimer (1944):

> le sucede lo que siempre sucedió al pensamiento triunfante: en cuanto abandona voluntariamente su elemento crítico y se convierte en mero instrumento al servicio de lo existente, contribuye, sin querer, a transformar lo positivo que había hecho en algo negativo y destructor. La filosofía, que en el siglo XVIII, desafiando la quema de libros y hombres, había infringido a la infamia un terror mortal, se puso ya bajo Napoleón de su parte".[13]

Los intelectuales de Frankfurt consideran que Adorno y Horkheimer (1944)

> la ilustración se encuentra en un proceso de autodestrucción. No albergamos la menor duda de que la libertad en la sociedad es inseparable del pensamiento ilustrado. Pero creemos haber descubierto, con igual claridad, que el concepto de este mismo pensamiento, no menos que las formas históricas concretas y las instituciones sociales en que se halla inmerso, contiene ya el germen de aquella regresión que hoy se verifica por doquier. Si la ilustración no asume en sí misma la reflexión sobre el momento destructivo del progreso, el pensamiento ciegamente pragmatizado pierde su carácter superador y por tanto también su relación con la verdad".[14]

Por su parte, para Girard es básico democratizar y descentralizar la vida cultural de la población, fomentar una mejor utilización de los talentos y mejorar el sentido de los medios de comunicación de masas. El método dialéctico resulta muy útil, ya que lejos de descartar posiciones encontradas, nos permite sacarles el mayor provecho posible al considerarlas como tesis y antítesis que deben ser integradas en una síntesis. Eso es precisamente lo que nos sugiere Girard en sus teorías.

El *Center for Contemporary Cultural Studies* (CCCS) nace en la Universidad de Birmingham y, a decir de R. Hooggart, en una conferencia dictada en 1964, la intención del centro era la de estudiar las formas en que la alta cultura se convierte en lo que se ha denominado cultura de masas Mattelart y Neveu, p. 39). ("Hoggart quiere utilizar métodos y herramientas de la crítica textual y literaria mediante el desplazamiento de la aplicación de las obras clásicas y legítimas hacia los productos de la cultura de masas".[15]

En dicho centro se generaron los postulados teóricos que proponen hacer a un lado las concepciones críticas que ven a la audiencia como un ente pasivo y carente de criterio, proponiendo en su lugar la consideración de que el público de los medios masivos de comunicación puede asumir una actitud activa dando distintas lecturas a los mensajes que se le hacen llegar.

Las percepciones de la audiencia pueden ser, según Hall (Mattelart y Neveu, p. 45)[16], de tres formas: *a)* lectura dominante, *b)* lectura negociada y *c)* lectura oposicional; aclarando que los culturalistas dan al término "lectura" una connotación implícita de mayor actividad, en contraposición a la palabra "recepción ", que asocian con pasividad.

Como un ejemplo de los distintos tipos de lecturas que la audiencia hace de los mensajes, recordemos que en China, durante la época de la revolución cultural propiciada por Mao Tse-tung, se difundió un cartel en el que se pretendía persuadir a las familias rurales para que tuvieran menos hijos. En el mismo se presentaba la imagen de dos familias: una de ellas reflejando una buena posición económica y con pocos hijos, la otra pobre y con muchos hijos. El mensaje dominante era demostrar que una familia pequeña tenía más posibilidades de disfrutar de riquezas materiales, y la otra viviría en la pobreza. Sin embargo, la lectura de las familias pobres fue (Ochoa, 2000, p.28): "*Mira qué desafortunados son los ricos, tienen pocos hijos; en cambio las familias pobres sí que tienen muchos hijos que ayudarán a sus padres a trabajar la tierra*".[17]

A diferencia de los teóricos de Frankfurt, quienes le atribuyen un inmenso poder al emisor, un culturológico como Richard Hoggart, en su libro *La culture du pauvre*, (Mattelart y Neveu, p. 72) señala: "Nunca hay que olvidar –al referirse a los medios– que esas influencias culturales ejercen una acción muy lenta sobre la transformación de las actitudes y que a menudo son neutralizadas por fuerzas más antiguas",[18] dándole reconocimiento al perceptor como un individuo pensante, capaz de discernir los mensajes que tratan de imponer los medios masivos.

El tipo de codificación, según Stuart Hall, dependerá de las distintas formas de mediaciones que pueden ir desde la clase social hasta el contexto y las prácticas culturales de los grupos receptores.

El receptor, en su capacidad de apropiación, es capaz de distorsionar los mensajes dominantes, logrando una desincorporación mediante la cual, quienes no ostentan poder y

acceso a los medios de comunicación, son capaces de apropiarse de elementos de la cultura dominante y usarlos desde su propio punto de vista.

En América Latina, autores como Néstor García Canclini, Martín Barbero o Guillermo Orozco retoman los aportes de los estudios culturales y estudios cualitativos de audiencias que aportaron la noción de recepción activa y le dan una perspectiva latinoamericana.

América Latina es fruto de un mestizaje en el que no sólo se mezclan las sangres españolas, portuguesas e indígenas, también hay una fusión de culturas en las cuales lo autóctono se niega a morir y a la vez lo foráneo se incorpora en los nuevos escenarios y en ese proceso adquiere el espíritu que le caracteriza. Por eso, en los últimos tiempos, con la llegada de la modernización, los embates de los medios masivos de comunicación como instrumentos del imperialismo cultural se topan con una actitud latinoamericana que tiende a lo masivo popular. Es en la comprensión de lo popular en donde se centran los actuales estudios de comunicación.

Entendiendo lo popular no como una tradición folklórica, sino como señala Martín Barbero (1986)[19]: como el punto donde se juntan la diversidad cultural, económica, regional y política de consumo. En los estudios latinoamericanos se desecha el concepto de "medios todopoderosos" para dar paso a la dialéctica que permite la fusión de las contradicciones en la cultura, los sentidos y expresiones populares.

La recepción activa

Los primeros estudios de la comunicación de masas arrojaron teorías –como la de la "aguja hipodérmica"[20] (Lozano, 1996, p.168) – en las que el receptor era simplemente un ente pasivo y manipulable. Sin embargo, a partir de los años cuarenta se empieza a cambiar el enfoque de los estudios de comunicación, transitando de la prominencia que se le daba al emisor hacia la revaloración del papel del receptor en el proceso de comunicación.

La Teoría de Usos y Gratificaciones es un fruto de este nuevo enfoque en el que se concibe al público como activo, se considera que los medios compiten con otras fuentes de necesidades, que las personas tienen conciencia de sus intereses y que, con base en lo anterior, deciden si un medio le es útil o no.

Los primeros estudios de recepción activa tienen su origen en la Escuela de Constanza, en Alemania, corriente literaria representada por Wonfang Iser y Hans Robert, quienes tratan de encontrar la relación comunicativa entre los textos literarios y el lector. Una relación que no es pasiva, una relación en la que el lector se apropia del texto y lo acopla a sus contextos.

> La Teoría Estética de la recepción destaca, en la historia de la crítica literaria, entre los modelos semióticos que tratan de describir la estructura de los textos poéticos, la relación comunicativa que establecen texto y lector y la evolución a la crítica frente a los textos".(Rall, 2001, p. 23)[21]

Mercedes Charles Creel y Guillermo Orozco Gómez señalan, en *Educación para la recepción. Hacia una lectura crítica de los medios*, que la recepción activa es conocida también como "alfabetización para los medios", "educación para los medios", "recepción crítica" y "lectura crítica", entre otros apelativos. Educar para la recepción nos garantiza que el sujeto sea un individuo capaz de seleccionar la oferta de mensajes de una manera creativa y crítica, no sólo percibiendo, sino también asimilando y apropiándose de los mensajes.

Un individuo educado para la recepción se apropia de los mensajes, los asimila y los transforma en experiencias de vida que confronta con los grupos a los que pertenece, convirtiéndose así de sujeto en receptor activo, muy alejado del receptor-consumidor o del *receptor hipodermizado*.

Los grupos e instituciones a las que el individuo pertenece –como la familia, la escuela, la Iglesia– son claves en la educación para la recepción . El concepto de la actividad de la

audiencia no sólo se limita a la selectividad, va mucho más allá cuando hablamos de lectura de los medios, interpretación y construcción de los sentidos.

Otro momento histórico de la recepción activa son las aportaciones realizadas por los estudios culturales británicos. Sin embargo, la misma comienza a tener más presencia a partir de que sus propuestas son utilizadas en otros campos del conocimiento como las ciencias sociales y, de manera más específica, los nuevos estudios que desde la metodología cualitativa comienzan a emerger.

En 1976, Luis Ramiro Beltrán reflexionaba sobre la poca investigación que se hacía en Latinoamérica y la enorme influencia de los modelos teóricos importados de Estados Unidos, principalmente. La preocupación es fácil de identificar, la idiosincrasia europea o norteamericana es muy distinta al mestizaje latinoamericano, ya que, como señala Edgar Morín: "Con la mezcla de dos orígenes culturales, y en algunos casos de tres como en Brasil y Cuba, se ha dado lugar a una cultura nueva y activa que define a la América Latina"(Saperas,).[22] Por su parte, Néstor García Canclini (1992, p.71) señala que "los países latinoamericanos son actualmente resultado de la sedimentación, yuxtaposición y entrecruzamiento de tradiciones indígenas, del hispanismo colonial católico y de las acciones políticas, educativas y comunicacionales modernas".[23]

Ante la preocupación de Luis Ramiro Beltrán, están investigadores como Esteinou, Orozco, Creell, Fuenzalida, Hermosilla, quienes dan identidad propia a la investigación de la comunicación en Latinoamérica, sobre todo desde una perspectiva de recepción activa en la que la preocupación es hacer que los sujetos receptores (lectores para algunos culturalistas), individuales y colectivos, tomen distancia de los medios de comunicación.

A partir del anterior principio se han desarrollado diversos estudios sobre el niño como televidente, y la escuela y los medios de comunicación, por ejemplo, en los cuales se reflexiona sobre aspectos pedagógicos que inciden con los medios audiovisuales. También se han desarrollado temas sobre la recepción crítica en el contexto rural, entre otros tópicos de interés.

Creel y Orozco mencionan que una de las características que ha distinguido a la recepción activa es su aspecto crítico. Para esta escuela, el receptor debe ser capaz de crear, recrear y negociar. Agregan que las denominaciones de "alfabetización para los medios", "educación para los medios", "recepción crítica", "lectura crítica", o "recepción participativa", aplicadas a la recepción activa, son coincidentes en su esencia (Creel y Orozco, 1992 p.23).[24.]

Es importante señalar que no nos interesa rescatar aquel nivel de percepción en el cual el emisor manipula el mensaje que transmite, o aquel tipo de recepción en el que ya sabemos la respuesta que se puede emitir. Nos interesa definir y recrear al receptor que recibe mensajes con una visión dinámica, como un elemento que forma parte de un proceso en el cual la polémica y la reflexión son una constante en las respuestas.

La mayoría de los medios de comunicación, en México, nos ofrecen una visión que no concuerda con nuestra realidad, ya sea económica o personal. La televisión ofrece automóviles que la mayoría de la población jamás podrá adquirir o incita a comprar determinado producto porque con ello se llegará al éxito. Desde esa óptica, la recepción activa puede contribuir a tener una visión más realista de la programación que trasmiten los medios audiovisuales.

Aunque la recepción activa propagada por el Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística de Chile enfoca sus estudios en la influencia cultural de la televisión y en cómo se establecen las relaciones concretas de producción de significados, hay otros estudios desde la perspectiva latinoamericana que nos hablan del consumo cultural (García Canclini), frentes culturales (Jorge González), el uso social de los medios (Martín Barbero) y el modelo de las multimediaciones (Guillermo Orozco), perspectivas teóricas que nos ayudarán más adelante a comprender el papel activo que algunos segmentos de la audiencia en México están tomando a través de la Internet para difundir sus puntos de vista, su realidad.

La recepción activa y la Teoría de la Mediación en América Latina

La personalidad del hombre culto en la época renacentista no deja de llamarnos la atención. Su capacidad para incursionar en los múltiples campos del conocimiento fue una característica de esa etapa. Hoy eso ha cambiado, pues el cúmulo de conocimientos de las diferentes áreas marca otros tipos de conducta. Sin embargo, la idea de una persona que, en un momento dado, da cuenta de diferentes disciplinas, es una característica de nuestros días. Algo de ello se relaciona con la obra de Jesús Martín Barbero, en cuyo contenido se vislumbra la visión del filósofo, del antropólogo, del político, del comunicador, pero, sobre todo, su visión humanista.

Martín Barbero deja clara su capacidad no sólo para teorizar, sino también para percibir la realidad como receptor. En una entrevista, en 1984, narró a los esposos Mattelart que acudió con sus estudiantes a un cine de Cali, Colombia, donde se proyectaban un melodrama mexicano. Explica Barbero que la película, que a él le pareció cursi y aburrida, a los muchachos les provoco tanta risa que casi fueron echados del lugar, situación que lo llevó a preguntarse (Mattelart, 1997, p.119)

> ¿Qué tenía que ver el film que yo veía con el que ellos veían? Si a lo que a mí hastiaba a ellos encantaba, ¿qué había ahí que yo no veía y ellos sí? ¿Y de qué les va servir a estas gentes mi lectura ideológica por más que la aterrice en su lenguaje, si esa lectura lo será siempre de ese film que yo vi; no del que vieron ellos?.[25]

La experiencia de Martín Barbero en el cine de Cali también tiene otras connotaciones. Lo ordinario como referencia para llegar a otras latitudes del pensamiento; lo complejo en lo común. Situaciones que se dan en el ámbito de la ciencia o del humanismo. En *De los medios a las mediaciones*, Jesús Martín Barbero establece una serie de paradigmas que habrán de guiar los estudios de la comunicación en América Latina. Lo popular como primera figura de la masa, es decir: la capacidad del pueblo para crear cultura y borrar la frontera de la que para algunos es considerada alta cultura.

Así, el teatro culto es puesto al alcance del pueblo por el propio pueblo a través de los melodramas y, al prohibirse en 1680 los diálogos, el pueblo encuentra una alternativa en el mimo al que redescubre o, más bien, reinventa. La literatura, concebida para ser difundida entre las clases educadas y las élites económicas y religiosas, es transformada por el pueblo al usarla no tan sólo para conocer los argumentos sino, incluso, para aprender a leer.*

Martín Barbero señala que lo popular es fundamentalmente un eje cultural en el que se da la intersección de la contradicción y la negociación de valores, discursos, prácticas y creencias.

El investigador desarrolla toda una teoría del actor social, da una visión global de la cultura, una visión con un sentido holístico en la que aparecen tradiciones antropológicas que aprenden de la ejemplaridad de los pequeños casos o el observador cultural que indaga en sus condiciones de posibilidad. Analiza las tecnologías, más que en sí mismas, en lo que significan sus modos de acceso de adquisición y de uso, y además profundiza en cómo todo lo anterior tiene que ver con las mediaciones.

Los estudios de las mediaciones llevan a pensar que no se puede hablar solamente del poder de los medios, sino del poder que la gente le otorga a los medios, en una concepción en la que el receptor es activo y enfrenta a los medios con sus propios recursos sociales, culturales, tecnológicos, etcétera.

Esto no significa que se le reste importancia a la propiedad, al contenido o a la producción de los medios, lo importante estriba en llegar a conocer cómo la gente se apropia de los medios, es decir, para qué los usa. Los medios, como parte de la industria cultural, buscan la estandarización. Sin embargo, como diría Edgar Morín, refiriéndose a la cultura, esos medios tienen que ir incorporando innovaciones y experimentaciones para evitar consumirse a sí mismos.

Diez años después de que apareciera *De los medios a las mediaciones*, Martín Barbero reflexionaba, en una entrevista concedida a la *Revista Mexicana de Comunicación*,[26] que

muchos habían dado una lectura equivocada a sus planteamientos cuando interpretaban que los medios podían ser menospreciados por el receptor. Lo que él señaló, explicaba en la entrevista, es que no se pueden comprender los contenidos de los medios ni el modo en que operan –la manera como la gente se comunica entre sí–, si no se les estudia. Y tal vez deberíamos agregar al comentario del autor, la importancia que tiene el considerar la forma en que el receptor se apropia del mensaje. Por ejemplo, en la referida entrevista Martín Barbero narra la anécdota ocurrida en un barrio humilde de Colombia en la que una madre de familia, trabajadora doméstica, recogía los periódicos y se los llevaba a sus hijos para que aprendieran a leer. Como podemos apreciar, lo mismo que hacía el pueblo en el siglo XVII ante la prohibición de los diálogos en el teatro es lo que hoy en día podrían estar haciendo cualesquiera receptores, a los que este autor llama "actores sociales".

Otro intelectual que estudia la temática que ahora desarrollamos es Guillermo Orozco Gómez, doctor en educación por la Universidad de Harvard y profesor de la Universidad Iberoamericana, entre cuyas obras está: *Hacia una lectura crítica de los medios.* Sus principales estudios se han centrado en países de Latinoamérica. Sobre la teoría de Orozco Gómez, Vidal Valdés (1996, p.85) apunta:

> Desde la perspectiva de los actuales estudios de consumo, la audiencia deja de ser masa amorfa para convertirse en un ente condicionado individual y colectivamente dentro de su quehacer cotidiano, multisegmental según la clase social, edad, sexo, etnia, religión, etcétera, y que se comporta de diferentes maneras como resultado de su particular interacción con la televisión".[27]

Según Orozco, el fortalecimiento del diálogo es clave para lograr auténticos procesos de producción de sentidos y significados en los que el receptor toma los mensajes de los medios sólo como un referente al que contextualiza con otras circunstancias particulares de interlocución y de producción.

Las mediaciones son múltiples, ya que el receptor activa sus experiencias culturales, económicas y políticas; lo influyen también la edad, el sexo, la clase social y el origen

étnico, sin poder dejar de lado todo tipo de experiencias personales. Por lo tanto, para Guillermo Orozco las mediaciones pueden ser cognoscitivas, situacionales, institucionales, de referencia o tecnológicas y, bajo todas estas condiciones, el receptor enfrenta a los medios de manera activa, se apropia de ellos y los utiliza.

Transitar a la apropiación de distintas formas de expresión cultural para venir a conformar un verdadero mestizaje es una actitud muy activa del mexicano –¿o debemos decir del latino?–. García Canclini, al proponer su teoría sobre las culturas híbridas, analiza la capacidad del latino para entrelazar lo indígena con lo hispano, lo pagano con lo cristiano, los dialectos con la lengua de Cervantes.

Lo que se dio en México con el mestizaje es muy superior al *apartheid* cultural religioso y territorial que se dio en los Estados Unidos, donde, ya desde la colonización, se implementó una especie de "limpieza étnica".

Los latinos siguen mostrando, todavía hoy en día, esa gran capacidad para crear culturas híbridas, en las que lo popular y lo moderno, lo autóctono y lo clásico, la alta y la baja cultura se entremezclan. García Canclini (2000, p. 44) [28] habla de "hibridación" como un término de traducción entre "mestizaje", "sincretismo", "fusión" y otros vocablos empleados para designar mezclas particulares. Encontramos entonces a los instrumentadores del imperialismo cultural tratando de dominar y dictar lo que es moda, frente a la capacidad de los receptores para arrebatarles sus más grandes inventos, adaptarlos a sus propias necesidades y entremezclar sus expresiones culturales.

El consumo no es un acto pasivo y bancario, sino un acto en el que los individuos reflexionan, se apropian y transforman su papel en el rol social que les toca jugar. De la síntesis de la hibridación y del consumo cultural podemos decir que García Canclini no sólo ve la fusión cultural, sino que va más allá al observar cómo la sociedad transforma no únicamente la estructura de su entorno, sino también la superestructura.

Esta comprensión compleja, que interrelaciona la cultura y la subjetividad, como mediadores de los procesos comunicativos, es la que permite dar cuenta de la realidad latinoamericana diversa, híbrida, contradictoria.

La contribución original de la teoría latinoamericana radica en entender que la producción y reproducción social de sentido que tiene lugar en los procesos culturales, no es sólo una cuestión de significación, sino también una cuestión de poder.

> Al proponerse trabajar las complejas relaciones entre comunicación y cultura en el denso contexto social y político local, la teorización latinoamericana tiene por horizonte las relaciones de subordinación presentes en las culturas populares y subcontinentales en que se articulan las relaciones de resistencia y sumisión, de oposición o complicidad (Vasallo de López, 2001, p.181).[29]

Contexto actual de la recepción activa en México

México es aún un país adolescente en la búsqueda del ser y del cuidarse de no ser. Su pueblo, marcado por el mestizaje, encuentra puntos de coincidencia para poder entremezclar lo hispano con lo autóctono en su lucha por sobrevivir. Como ejemplo están los altares de muertos y los matachines, perfecta expresión de un pueblo que se niega a perder sus costumbres y que, para no desecharlas, las adapta a la imposición cultural hispánica. Sin embargo, en ese camino –como buen ser humano en su transición de niño a adulto– trastabilla y busca inventarse a sí mismo en una cadena todavía interminable de prueba y error.

Lo anterior puede apreciarse en la literatura contemporánea mexicana. Es el caso del escritor Carlos Fuentes, en su novela *La región más transparente*. A decir de José Joaquín Blanco, "los personajes se comportan como menores de edad: guiñoles, mitos, símbolos, caricaturas traídas o llevadas por destinos surrealistas que los sobrepasan"(Rodríguez Brondo y Toledo, 1987, p. 69),[30]características que podemos observar en el personaje Manuel Zamacona de la obra literaria arriba señalada.

Sin embargo, ante las apreciaciones de Fuentes de un mexicano confundido y, por lo tanto, manipulable, Javier Esteinou señala que si el mexicano es un hombre que está en búsqueda de su filiación no por eso va a mostrar una actitud pasiva ante la "caja mágica" (televisión) a la que se trata de atribuir efectos instantáneos y determinantes sobre el auditorio, mientras que él le da a este medio sólo el papel de reforzador de tendencias previamente existentes en el seno de las comunidades.

Los estudios de la recepción en México se han enfocado sobre todo en la manera en que los mexicanos aprecian la televisión. Uno de los trabajos más interesantes sobre este tema es el de Javier Esteinou, quien, en su libro *Hacia la primavera del espíritu nacional*, analiza el surgimiento de la televisión comercial en los cincuenta y de la pública en los sesenta, así como la influencia que ha tenido sobre los receptores mexicanos.

Modelos de telenovelas inspirados en el cuento de la Cenicienta seguirán teniendo vigencia en la medida en que el pueblo mexicano, sobre todo las mujeres, se identifiquen con este personaje en la búsqueda de un sueño. El efecto está en lo que permite consciente o inconscientemente la audiencia. Para Esteinou (1989, p.37):

> La capacidad de convencimiento tiene límites de competencia muy precisos, y los principales son los tres siguientes: Primero, las informaciones televisivas que leen, decodifican e interiorizan los receptores nunca se asimilan homogéneamente en todo ellos con el mismo signo ideológico e intensidad personal con la que se emiten, sino que varían según son sus situaciones históricas, antropológicas, religiosas, económicas, familiares, políticas, culturales, materiales, regionales, étnicas, productivas, etcétera, que los determinan como seres humanos.
>
> Segundo, la habilidad seductora de la televisión nunca puede rebasar el peso de la realidad que enfrentan los espectadores, pues siempre las circunstancias de sus vidas concretas son más fuertes que el poder que alcanza la información y las imágenes audiovisuales que se difunden.

> Tercero, cuando la gama de discurso que transmite la televisión encuentra las condiciones psicológicas favorables en los campos de conciencia de los públicos, estos son asimilados en un alto porcentaje y viceversa.[31]

No podemos negar la influencia de la televisión en los receptores mexicanos, pero tampoco podemos olvidar que dicha influencia está condicionada por las circunstancias o mediaciones a las que se vea sometido el mexicano.

Para María del Carmen Cortés, una recepción crítica sólo se puede llevar a cabo si las instituciones educativas involucran a maestros y alumnos en una educación que les permita asumir una recepción crítica de los medios. Así que, por un lado, tenemos las apreciaciones de Esteinou, reconociendo el criterio del mexicano para enfrentar a los medios de comunicación y, por el otro, las de autores como María del Carmen Cortés, que reconocen que hay una gran necesidad de educar para la recepción.

Hasta antes de los ochenta esta educación para la recepción correspondía a la familia. Sin embargo, hoy en día, como ya hemos señalado, ante los cambios económicos y culturales, instituciones como las educativas, están llamadas a jugar un papel más activo para lograr una recepción crítica.

Podemos decir, con Mercedes Charles, que la educación y los medios de comunicación inexorablemente se imbricaron debido a que los medios –al contar con un público masivo, gran variedad de mensajes y canales para hacer llegar información de manera inmediata– pudieron utilizarse para la promoción de conductas, actitudes y valores socialmente legitimizados.

En 1980, el Consejo Nacional de Población elaboró una guía para la recepción activa y Crítica de la televisión por los niños. Aunque este intento no tuvo mucho consenso a nivel nacional, se propuso una serie de recomendaciones y se elaboró una guía sobre la televisión y los niños, dirigida tanto a éstos como a padres y maestros. Al respecto escriben Sara García y Luciana Ramos (p.441) :

> En la medida en que las condiciones sociales y económicas lleven a los padres a dejar en las manos de la niñera electrónica a sus hijos, éstos adquirirán una mayor adicción a este medio. Niños cada vez más aislados, percibiendo una realidad por medio de los medios, puede ser mediada con la incursión de instituciones como la escuela y la actitud responsable de los padres de familia que pueden evitar que la televisión se vuelva necesaria. Convivir más con los hijos, orientarlos en la recepción y señalarles el camino para que la caja mágica esté al servicio de la familia y no lo contrario".[32]

El gran problema para lograr una recepción activa y crítica en México lo constituyen los intereses ideológicos de quienes detentan el poder político y económico en este país; Jorge A. González (2005) menciona que el surgimiento de las escuelas de comunicación en los sesenta permiten el surgimiento de profesionales "con versiones simplistas, mutiladas y unidimensionales de una realidad cada vez más compleja y móvil".[33]

Este autor señala que la aparición de la televisión está íntimamente ligada al poder político del Estado Mexicano, el cual, para cumplir con su misión capitalista y enajenante, orienta el enfoque de este medio para lograr hacer de los receptores grandes consumidores e individuos políticamente desinteresados.

Los estudios empíricos de las audiencias en México se enfocan, a fines de los sesenta, principalmente en la recepción televisiva. Sin embargo, esos mismos estudios han sido muy variados, ya que algunos enfatizan los medios y las tecnologías de información y otros las tecnologías de información y las interacciones de sus audiencias. Sin embargo, podemos decir que entre los principales aportes de estas investigaciones están "las comunidades interpretativas", "los guiones mentales" y "los escenarios de la recepción", así como "la construcción metodológica para abordar el proceso de recepción de las mediaciones" (Padilla de la Torre y Orozco).[34]

Paulo Freire y la acción-reflexión

Los medios de comunicación tradicionales, por su propia estructura tecnológica, tienden a ser unidireccionales, por lo que el comunicador comprometido socialmente tiene que estar buscando constantemente las formas y métodos para una efectiva retroalimentación e incluso ir mucho más allá e iniciar la comunicación con la prealimentación (Kaplún, 2002, p.35).[35]

Mario Kaplún (2002, p.72), en *Una pedagogía de la comunicación*[36] señala que el comunicador social comprometido debe inmiscuirse con los receptores y captar los sentidos y símbolos que éstos utilizan a fin de que, cuando elabore un mensaje, el interlocutor no sólo se sienta interpretado, sino más bien representado.

Las tecnologías de la comunicación, para ser verdaderamente útiles, deben propiciar el diálogo y la reflexión, convirtiéndose en un instrumento democratizador de la información que permita al receptor interactuar con sus semejantes con base en la acción-reflexión.

No sólo los medios deben educar para la recepción, sino que todas las instituciones sociales las que pueden y deben intervenir para dar lugar a una recepción activa y razonada. Para Freire, cuando alguien se acerca a la razón a través de la acción y la reflexión, podrá tener una visión más clara de la realidad.

La idea de una comunicación horizontal, democrática y participativa pone a Paulo Freire –a principios de los 60– como un intelectual progresista de lo que posteriormente se podría hacer con las nuevas tecnologías. Sus reflexiones surgen de la observación y del diálogo.

"¿Por qué el diálogo que abre Paulo Freire encuentra tantos interlocutores en América Latina?"(Torres, 1979, p.23).[37] La respuesta pareciera ser la necesidad que tiene un pueblo de observar su entorno, revalorar su cultura, redimensionar su condición humana y tener la oportunidad de dialogar. En ello encuentra el mejor instrumento para romper las cadenas

sociales y culturales que lo sujetaron y lo sujetan, primero por la imposición de la cultura europea y, hoy en día, por el imperialismo cultural norteamericano.

La filosofía de Freire se sustenta a partir de lo vivido, de los contactos y estímulos con los demás. En sus planteamientos no encontramos referencias teoréticas, sino desafíos e inquietudes intelectuales que se relacionan con su país y con América Latina. "Verbalismo que se 'pierde' hablando de vocación ontológica, amor, diálogo, esperanza, humildad o simpatía. Otros, por no querer o no poder aceptar las críticas y las denuncias de la situación opresora en la que los opresores se gratifican" (Freire, 2001, p.84).[38]

Y su filosofía es práctica, podemos decirlo así, pues va enfocada a que el campesino aprenda a leer, a que los sectores urbanos conozcan su medio social y se preparen, y a que, en general, la educación nos haga mejores ciudadanos. Señala el pedagogo brasileño: "La liberación auténtica, que es la humanización en proceso, no es una cosa que se deposita en los hombres. No es una palabra más, hueca, mitificante. Es praxis que implica la acción y la reflexión de los hombres sobre el mundo para transformarlo" (Freire, 2001, p.47).[39] Para Freire, la educación no implica algo escolástico, de corte experimental o positivista, no, su filosofía se centra en los términos de "acción y reflexión" como recursos para transformar el mundo.

Para este autor, la filosofía, la política y la pedagogía van de la mano, ya que se complementan en la medida en que son algo que se emite desde un personaje y que el planteamiento desde esos distintos ángulos tiene un mismo propósito. En el aspecto político, tenemos que asimilar el contexto social de Paulo Freire, su capacidad para orientar a los grupos, a las organizaciones sociales, a los trabajadores rurales y sus respectivas familias, pero, sobre todo, mencionar la incapacidad de otros para entenderlo y, por ende, las consecuencias de su exilio. Así como las reflexiones profundas son sinónimo del pensamiento filosófico, así el contexto político va unido al aspecto social, al lugar donde se vive, a lo que ocurre en la ciudad en que transitamos.

El golpe militar de 1964 en Brasil obliga a Freire a salir de su país y a convertirse, durante dieciséis años, en un "subversivo internacional", que va lo mismo a Bolivia que a Chile, a Nicaragua que a África, a Suiza que a los propios Estados Unidos de Norteamérica, difundiendo sus ideas. "La pedagogía del oprimido, como pedagogía humanista y liberadora, tendrá, pues, dos momentos distintos aunque interrelacionados. El primero en el cual los oprimidos van descubriendo el mundo de la opresión y se van comprometiendo, en la praxis, con su transformación y, el segundo, en que una vez transformada la realidad opresora, esta pedagogía deja de ser del oprimido y pasa a ser la pedagogía de los hombres en proceso de liberación" (Freire, 2001).[40]

Las nuevas tecnologías, resultantes del desarrollo científico, no sirven de nada si no hay una utilidad práctica para la humanidad, de ahí que al irse creando redes de computadoras es importante que se vayan creando también redes sociales y, que a través del diálogo mundial que posibilita esta tecnología, el hombre vaya descubriendo todo aquello que es capaz de hacer para transformar el mundo.

Conclusiones

Después de la siguiente revisión a las distintas teorías relacionadas con la comunicación, y en específico con la recepción activa, sorprende como existen pensadores interesados en descifrar la relación entre comunicación y sociedad.

Teóricos que preocupados por exponer una visión real del mundo, nos muestran sus resultandos de cuáles son los caminos más acertados para tener distintas ideas entre sociedad, consumo y medios de comunicación.

Propuestas que van desde los pensadores de Frankfurt que comienzan a estudiar la sociedad industrializada de su época, posteriormente con Girard el aprovechamiento del desarrollo de la tecnología para beneficio de esa relación entre consumo y sociedad, pasando por las clasificaciones de los diferentes tipos de consumo y la posición del receptor frente a esos

factores, hasta llegar a la posición crítica de Freire en la cual la educación y comunicación deben ser factores que contribuyan a tener una sociedad más justa.

Del mismo modo, no debemos olvidar a los estudiosos interesados en exponer sus ideas relacionadas con una educación frente al desarrollo vertiginoso de los medios de comunicación; educación que consiste en aprovechar los recursos tecnológicos y no que los mismos se conviertan en elementos que manipulan al ser humano.

Referencias

Barbero, Jesús Martín. (1986). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili.

Charles Creel, Mercedes y Guillermo Orozco (comp.). (1992). *Educación para la recepción . Hacia una lectura crítica de los medios*. México: Trillas.

Enteinou Madrid, Javier. (1989). *Hacia la primavera del espíritu nacional. Propuesta cultural para una nueva televisión mexicana*. México: Programa Cultural de las Fronteras.

Freire, Paulo. (2001).*¿Extensión o comunicación?, la concientización en el medio rural*. México: Siglo XXI.

Freire, Paulo. (1973). *Política y educación*. México: Siglo XXI.

Girar, Agustín (1986) Las industrias culturales, FCE-UNESCO.

García Canclini, Néstor. (2000). *Culturas híbridas.* México: Nueva imagen.

Horkheimer, Max y Teodoro Adorno. (1944). *Dialéctica del Iluminismo*. Recuperado el 18 de enero del 2005, http://www.marxists.org/espanol/adorno/1944-il.htm

Kaplun, Mario. (2002). *Una pedagogía de la comunicación (el comunicador popular).* La Habana: Caminos.

Lozano Rendón, José Carlos (1996). *Teoría de la investigación y comunicación de masas*. México: Pearson-Alhambra Mexicana.

Mattelart, Armand y Erick Neveu (2004). *Introducción a los estudios culturales*, México: Paidós.

Moragas, M. de. (1985). *Sociología de la comunicación de masas. Escuelas y autores*, Barcelona: Gustavo Gilli.

Ochoa, Óscar (2000). *Comunicación política y opinión pública*. México: McGraw Hill.
.
Padilla de la Torre, María Rebeca, y Guillermo Orozco. "Los estudios de la recepción en México: un itinerario". Recuperado el del sitio Web de Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación: http://www.eca.usp.br/alaic/boletim20/mariam.htm

Pérez Gay, José María. *Revista de la Universidad de México*, mayo 2010, p.9.
Rall, Dietrich. (2001). *En busca del texto. Teoría de la recepción literaria*. México: UNAM.

Rodríguez Brondo Elsa y Alejandro Toledo, "Carlos Fuentes y sus máscaras. Retrato de un hacedor como figura intelectual", en *Revista Metapolítica*, número 24-25, México, julio-octubre de 2002.

Vasallo de López, María I. y Raúl Fuentes Navarro. (2001). *Comunicación: campo y objeto de estudio*. México: Universidad de Colima.

Vidal Valdés, José Ramón (2007). *Medios y públicos: un laberinto de relaciones y mediciones*. La Habana: Pablo de la Torriente.

Citas

[1] Catedrático de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UANL, ha publicado diversos artículos sobre el tema en distintas revistas del área metropolitana de Monterrey. Actualmente está realizando su doctorado en la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana. daniel.alcocer.cruz@gmail.com

* Sus rasgos principales son la atención prestada a la distribución y ejercicio desiguales del poder en la sociedad y la adopción del punto de vista de las clases explotadas, antes que el de los operadores de los medios de comunicación o el de la sociedad en general.

[1] Vasallo de López, (2001), p. 147.
[2]Vasallo de López, (2001), p. 132.
[3] Vasallo de López. (2001), 138.
[4] Barbero, Martín, p. 58.
[5] Pérez Gay, José María. Revista de la Universidad de México, mayo 2010, p.9.
[6] Horkheimer- Adorno, *Dialéctica de la Ilustración* (1944) www.marxists.org/espanol/horkheimer.1944-il.htm, p. 11, 23 de julio de 2012
[7] Horkheimer- Adorno, *Dialéctica de la Ilustración* (1944) www.marxists.org/espanol/horkheimer.1944-il.htm, p. 11, 23 de julio de 2012
[8] Ferrater Mora, José. *Diccionario de Filosofía abreviado* (1987), p. 58..
[9] Moragas, M. de, 1985, p. 169.
[10] Girard, Agustín, *Las Industrias culturales* (1986), p. 25.
[11] Girard, Agustín, *Las Industrias culturales* (1986), p.62.
[12] Horkheimer- Adorno, *Dialéctica de la Ilustración* (1944) www.marxists.org/espanol/horkheimer.1944-il.htm, p. 11, 23 de julio de 2012.
[13] Horkheimer- Adorno, *Dialéctica de la Ilustración* (1944) www.marxists.org/espanol/horkheimer.1944-il.htm, p. 11, 23 de julio de 2012
[14] Vidal Valdés, José (2007). Medios y públicos: un laberinto de relaciones y mediciones, p. 50.
[15] Mattelart, Armand y Erick Neveu (2004). *Introducción a los estudios culturales*, México: Paidós, p. 39.
[16] Mattelart, Armand y Erick Neveu (2004). *Introducción a los estudios culturales*, México: Paidós, p. 62.

[17] .Ochoa, Óscar (2000). *Comunicación política y opinión pública*. México: McGraw Hill, p. 28.
[18] Ochoa, Óscar (2000). *Comunicación política y opinión pública*. México: McGraw Hill, p. 37.
[19] Barbero, Martín (1987), p. 44..
[20] Lozano, José Carlos, (2005), p. 168
[21] Rall, Dietrich, (2001), p. 23.
[22] Saperas, http://www.audiovisualcat.net/publicacions/Q12morincast.pdf
[23] García Canclini, p. 71.
[24.] Charles Creel y Orozco, p. 23.
[25] Mattelart y Mattelart, p. 119.
*El teatro era considerado como el medio de comunicación social más peligroso: por la capacidad de representación simbólica del autor y por la audiencia indiscriminada de un público de todos los sectores sociales (Vázquez, *Teoría de la comunicación social*, p. 12).
[26] Revista Mexicana de Comunicación, entrevista a Martín Barbero por 10 años de su libro *De los medios a las mediaciones.*
[27] Valdés, Vidal, (2007), p. 85.
[28] Garcia Canclini, *Culturas hibridas*, p.44.
[29] Vassallo de López, (2001), pág. 181.
[30] Rodríguez Brondo y Toledo, (2002), p. 69.
[31] Esteinou Madrid, (1989), p. 37.
[32] García, Sara (1988), p. 441.
[33] González, Jorge, (1997) www.geocities.com/Collegepark/DEN/9433/jovenes/pila.htm 2005. GJ). "De la pila hasta el océano. Comunicación y estudios de la cultura en México" (1997). "De la pila hasta el océano. Comunicación y estudios de la cultura en México". Recuperado el 8 de diciembre de 2005.
[34]. Padilla de la Torre, María Rebeca, y Guillermo Orozco. "Los estudios de la recepción en México: un itinerario". Recuperado el del sitio Web de Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación: http://www.eca.usp.br/alaic/boletim20/mariam.htm
[35] Kaplún, Mario, 2002, p. 35
[36] Kaplún, Mario, (2002), p. 72
[37] Torres Nova, (1997), p. 11.
[38] Freire, Paulo (1973). p. 23.
[39] Freire, Paulo (1973), p. 84.
[40] Freire, Paulo (1973), p. 47.