



Florida Memory, View of a Pine Crest School student reading in the library Fort Lauderdale, Florida

La recepción: el público televisivo frente al público lector

STANIS MBASSI

Universidad de Yaundé I, Camerún

Impossibilia N°10, páginas 9-35 (Octubre 2015) ISSN 2174-2464.

Artículo recibido el 01/09/2015, aceptado el 22/10/2015 y publicado el 15/11/2015.



RESUMEN: La recepción televisiva y la recepción literaria presentan similitudes y diferencias. El público televisivo y el público lector buscan cómo comprender el mensaje del director/autor. Es un proceso que permite establecer una comunicación entre el emisor y el destinatario o receptor. Se trata de la comunicación audiovisual y la comunicación visual o la acción de ver y la de leer. El uso de dos medios, televisor y libro así como la variedad de público –colectivo e individual– permite que se hable de diferencia en el modo de recibir los mensajes. Sin embargo, el carácter sociocultural del fenómeno de la recepción nos lleva a deducir que el televidente y lector tienen en común algunos aspectos.

PALABRAS CLAVE: director, autor, lector, televidente, emisor, recepción, mensaje

ABSTRACT: Televised and written message reception display similarities as well as differences. Both the viewing and the reading audience strike to understand the message of the presenter and that of the author. It is a process which brings about a dialogue between the speaker or transmitter and the listener. This has to do with audiovisual communication and visual communication, or the act of seeing and that of reading. The use of this two means, television and written material, as well as the type of audience, involved – collective and individual audience -, explains why there are differences in the way messages are received. Nevertheless, the socio-cultural nature of the phenomenon of message reception makes it possible, for one to claim that the televiewer or viewer and the reader display common characteristics.

KEY WORDS: presenter, author, televiewer, speaker, listener, reception message



INTRODUCCIÓN

El fenómeno de la recepción se plantea tanto en los textos literarios como en las narrativas televisivas. Toda producción literaria cualquiera sea su soporte –libro o televisión– necesita una recepción o un receptor; según sea el soporte, será el lector o el televidente. Cada uno de ellos presenta características que los diferencia a la par que relaciona. La recepción, vista desde este ángulo, se hará patente de modo audiovisual o visual. Son dos concepciones diferentes de la recepción literaria si basta con admitir que la narración televisiva es ante todo un texto literario reducido a su expresión oral y gestual. Ahora bien, estas concepciones aunque parezcan opuestas son convergentes pues expresan la comunicación en su fórmula más simple. La ambivalencia que se desprende de una recepción tal, conlleva pensar en un método comparativo a fin de solucionar el enigma de esta temática. Es un método que radica en “comparar”, esto es fijar la atención en dos o más objetos para descubrir sus relaciones o estimar sus diferencias o semejanzas. Cabe precisar que no se trata de establecer únicamente relaciones de parentesco entre ambos conceptos o factores de la recepción literaria, sino que habrán de considerarse las diferencias que existen entre ellos. Básicamente este trabajo pretende, por un lado, sentar las bases de la teoría de las recepciones literaria y televisiva y, por otro, presentar las discrepancias y las similitudes que abarcan los dos tipos de recepción. De modo general, se tratará de establecer parangones entre el público literario y el televisivo basándose en narraciones diferentes y también en textos literarios transformados en narrativa televisiva.

LA PROBLEMÁTICA DE LA RECEPCIÓN

La problemática de la recepción tanto en literatura como en televisión abre la puerta al estudio del autor, así como de aquellos que hacen posible la materialización de la creación, esto es, el director y el productor. Si el autor es quien escribe una obra destinada a transformarse en un film, entonces les encarga al director y al productor el papel de producir

la película. Todos forman parte en el proceso de la comunicación, base de la obra literaria o televisiva. El autor se dedica a escribir obras literarias o no con vista a satisfacer a los potenciales lectores y entra en relación con el público lector. Lo mismo que el director y el productor de cine realizan películas para el público televisivo o cinematográfico según sean las circunstancias. El escritor, junto con el director y el productor reproducen obras del espíritu que permiten que se establezca una comunicación entre ellos y, respectivamente, con el lector y el espectador televisivo. Ahora bien el papel del *network*, que hace referencia a la infraestructura necesaria para establecer vínculos virtuales y la posibilidad de intercambiar información de diversa forma, influencia al televidente. A su vez, en la fase de la producción una película puede sufrir modificaciones que más tarde tendrán repercusiones en su transmisión. El director y/o el productor debe tomar en consideración estos parámetros para lograr una recepción eficiente del mensaje que quiere transmitir.

La comunicación a la que nos referimos se posibilita a través de dos canales: el libro y la televisión. Entramos de lleno en la estructura comunicativa conforme piensa Algirdas Julien Greimas y que conecta tres eslabones: el emisor, el código y el receptor. El autor y el director constituyen así pues los emisores mientras que el lector y el espectador representan los receptores.

En toda situación comunicativa, el autor y el director y/o productor están en la base de todo. Son ellos quienes conciben a su respectivo público y actúan en consecuencia para que este alcance las expectativas deseadas. El público parece ser una creación del autor/director ya que depende de su voluntad sobre todo, basta con recordar que “la obra literaria es la expresión de un mundo conocido por el poeta” (Hernández Guerrero, 1996: 17). Ahora bien, el receptor está en las antípodas de la creación literaria o televisiva. El autor o el director no pueden crear una obra o película sin pensar en un potencial público, el cual parece entonces condicionar la producción, aunque algunos estudiosos imaginan libros sin lectores. Muy a menudo, a su vez, el público condiciona la producción literaria y/o televisiva –el autor escribe

porque tiene o imagina un lector-. En consecuencia, el público sustituye al autor/director y caemos en una ambivalencia que favorece que no se vea una diferencia entre autor y lector o director y espectador. Este enfoque de los estudios *reader oriented* desarrollado por críticos como Wolfgang Iser y Stanley Fish pone de manifiesto que el proceso de lectura tiene un carácter dinámico. El texto escrito se concibe como si se tuviera en cuenta una virtual dimensión que llama la atención de la construcción del lector. Máxime la forma como el lector participa en la producción del sentido o significado del texto. Se trata del concepto de lector implicado tal como viene presentado por Iser (1974), que hace referencia al contrato ficticio basado en las indicaciones del texto que instruyen al lector real de cómo llevar a cabo la lectura.

La duplicidad autor-lector y director-espectador que observamos nos lleva a plantear la problemática de la diferencia. Si el autor se confunde con el lector y el director con el espectador será posible que se hable de un lector doble que deje desaparecer al autor. Asimismo, el autor tanto escribe una obra como la lee, en ese momento pierde su identidad de emisor para prevalecer la de lector. Deja entonces de ser considerado como un creador que pone al alcance de los lectores una obra “acabada”. La obra vuelve a ser una construcción del lector, conforme opina José María Castellet en su libro clásico *La hora del lector* (1957: 17-18). Las mismas manifestaciones se observan entre el director y el espectador. El director desempeña el papel de todos los actores y, por tanto, el de los espectadores. Al mismo tiempo, es también el propio espectador, pues ejecuta los papeles del receptor cuando intenta poner a su alcance el entendimiento de la película, por lo que se transforma en el verdadero observador de su producción.

La creación de una obra literaria o televisiva presupone la consideración de los *idiotopos*, es decir, el idiotopo del productor y el del observador –el productor tomado como autor o director y el observador como lector o televidente– que son las dos entidades necesarias para que se hable de comunicación. La problemática de la recepción literaria o

televisiva interpela primero al autor. Para que la recepción sea efectiva y eficiente, este tiene que seleccionar sus lectores. El lector o el televidente es condicionado por la visión y la manipulación del autor/director. Es imperante que exista una estrecha colaboración entre escritor y lector y, por extensión, entre el director y el telespectador ya que “la literatura es un punto de encuentro y un ejercicio de colaboración entre el escritor y el lector” (Hernández Guerrero, 1996: 25).

El público literario y el público televisivo constituyen dos vectores de la comunicación que sólo pueden favorecer el escritor o el director respectivamente. Una observación bien pensada permite que existan condiciones de recepción idóneas. La recepción literaria o televisiva no depende entonces solo del lector o del televidente, sino también del autor y del director. Ahora bien, es importante que abordemos los aspectos teóricos de la recepción.

LAS CONCEPCIONES TEÓRICAS DE LA RECEPCIÓN

Numerosos son los estudiosos que han abordado la problemática de la recepción, cada uno admite que la recepción literaria plantea dificultades que cabe vislumbrar. Tres son las grandes teorías que tratan de la recepción en literatura como en la televisión: la corriente del culto con George Gerbner, la inspiración fenomenológica de Hans Robert Jauss y la Escuela de Constanza –la estética de la recepción– y la corriente empírica.

Las investigaciones de Gerbner, punta de lanza del cultivo o de la teoría del cultivo, demuestran la existencia de imágenes e ideas que se repiten de modo constante en diversos géneros y programas televisivos que “a lo largo de meses [...] propician ciertas conductas” (Lozano, 1996: 135). El supuesto básico es que “los mensajes mediáticos, a fuerza de repetir ideas y valores en largos periodos, conseguían generar concepciones compartidas en el público de los medios” (Flores Thomas, 2010: 19). Por ello, Lozano llega a la conclusión de que el

lugar de la observación cambió del comportamiento de los individuos a la formación de sus actitudes y cogniciones¹ (Lozano, 1996: 132-135).

Como es sabido, Hans Robert Jauss es considerado el padre de la Teoría de la recepción o la Estética por haber hablado de ella por primera vez en la conferencia inaugural titulada “La historia literaria como una provocación a la ciencia literaria”, el 13 de abril de 1967 en la Universidad de Constanza. Considerada dicha teoría como horizonte de expectativas, hereda el universo de preguntas de Gadamer, que Jauss define como aquel que engloba “los presupuestos bajo los cuales un lector recibe una obra” (Jauss, 1996: 248). La metodología de Gadamer se fundamenta en la concepción de la historia y sus posibilidades de comprensión; en cuanto defensor de la hermenéutica, el especialista fija las bases del análisis histórico artístico, un método que deriva de la estética de recepción, una teoría defendida por Jauss. Ambos estudiosos se complementan si basta con definir el concepto de horizonte de expectativas. Inspirado en Gadamer, Jauss emplea el concepto de horizonte de expectativas para señalar el sistema de ideas que el público desenvuelve en el ejercicio de su lectura; esos principios –construidos a base de lecturas– impiden que la recepción sea un proceso neutral; todo lo que se lee acaba convirtiéndose en expectativas de una nueva lectura. Así pues, ese autor concluye que el texto no es recibido igual por un lector del pasado que por un lector actual.

En cuanto al horizonte de preguntas, Gadamer plantea su propósito basándose en la concepción del texto que, según apunta, “no es sino una respuesta a una pregunta, pero una respuesta que no es plenamente satisfactoria y que, a su vez genera nuevas preguntas que el

¹ Lozano presenta una definición de *cogniciones*: “Según algunas corrientes psicológicas, los seres humanos desarrollan su conducta con base en las actitudes que ya tienen formadas [...] Pero las actitudes no se adquieren por herencia biológica, se van formando lentamente con base en múltiples *bits* de información que le llegan al individuo del entorno llamados cogniciones” (Lozano, 1996: 133-134).

lector debe responder” (Hernández-Santaolalla, 2010: 200) y evidencia la necesidad de indagar sobre los contenidos o las propuestas del texto. Otro asunto que se puede considerar como fundamental en la recepción estética, lo constituye su visión según la cual “el texto literario es un universo de sentidos que no están disponibles en todo momento, sino que cada lector los determina de manera concreta de acuerdo con su horizonte previo” (Soní, 2009). La teoría de la recepción, de modo general “nos lleva a reconocer la negación de que los textos posean un significado objetivo y unívoco, aquel que dio su autor, y que permanece inalterable a lo largo del tiempo” (Hernández-Santaolalla 2010: 203).

Por su parte, la recepción empírica conlleva estudios de orientaciones psicológica y sociológica que han abordado la recepción literaria y se han polarizado en Europa y Estados Unidos durante el siglo pasado. Los autores llegan a la conclusión de que este modelo sigue planteando la cuestión de lo que la estructura de los textos literarios hace a los lectores, en lugar de lo que los lectores hacen con la literatura, como se comprueba en las investigaciones de Jensen y Rosengren (1990: 211-212).

Ahora bien, esta teoría fue criticada por estudiosos como Eco (1992: 21-28) por suponer por una parte que muchos de los secretos de la relación entre texto y lector pueden encontrarse al analizar las estructuras de contenido del texto y, por otra, por plantear la necesidad del lector para construir el significado pero sin profundizar en el estudio empírico de este proceso. Por el contrario, en los modelos subsecuentes, es la consideración de elementos supratextuales como la cultura o la percepción individual. La herencia de estos estudios sobrepasa ya que analizaron y nombraron a los elementos del texto, indispensables para entender la construcción de sentido en el proceso de la comunicación.

Para completar la presentación sobre las teorías relacionadas con la recepción literaria o televisiva, cabe señalar el papel que se concede al público. Daniel Dayan permite indagar sobre este concepto de suma importancia en la comunicación y la recepción. El autor arranca planteándose preguntas o dudas y luego consigue encontrar una solución a su preocupación:

“Los datos sobre los gestos, las expectativas o los comportamientos de los públicos no son más que una respuesta parcial a la pregunta, importante y compleja, sobre ¿qué es el público?” (Dayan, 2009: XX). Esa pregunta tiene su respuesta en las investigaciones de la Escuela de Frankfurt: los diferentes relatos de los investigadores sobre el público denotan un ambiente crepuscular de los trabajos de esa institución y constituyen un lamento continuo que sitúa la cultura de masas en una atmósfera de cataclismo, lo que Dick Hebbige describe como el largo gemido de Adorno.

LECTOR Y PÚBLICO TELEVISIVO: SIMILITUDES

El público literario y el público televisivo coinciden en que tienen como meta la recepción de la comunicación. Lo que más importa tanto al público literario como al televisivo es descodificar el mensaje del autor. La comprensión del mensaje del autor/director y la elaboración del texto por parte del receptor, no son el único mecanismo ni el único objetivo. El lector lee para comprender, sentir, evaluar, percibir, almacenar el mensaje del escritor, mientras que el televidente visiona para alcanzar, escuchar, imaginar, comparar el del director. Ahora bien, si el objetivo es el mismo, es solo el código el que parece distanciar a los dos procesos de comunicación. El relato literario abarca manifestaciones verbales que, en general pueden ser literarias o no literarias. La literatura en su totalidad es universal a la par que local. En el mismo ámbito, el relato televisivo pone de relieve manifestaciones o hechos pero que son en general audiovisuales, o sea, que el relato televisivo va más allá de la mera escritura del texto literario. Estas manifestaciones pueden ser estéticas o no y, al igual que las del relato literario, también son a un tiempo universales y locales. Sobre esta base, es posible destacar que el público literario y el público televisivo se enfrentan a realidades comunes, es decir, ambos tienen que plantarse y descodificar un objeto dual.

El marco sociocultural

La recepción literaria y la recepción televisiva se atienen ambas “al marco sociocultural de la obra, tanto en lo que afecta a su creación como a los procesos receptores, por ser considerada la influencia de los factores contextuales en todo hecho comunicativo” (Millán Barroso, 2007: 249). Al iniciar la lectura de un texto literario se debe contar con la suma de comportamientos, de ideas preconcebidas, de conocimientos, de emociones que rodean a su autor. Se trata pues, de hacer el recorrido contrario de lo que Eco (1993: 32) llama “el lector modelo” o sea el hecho de que el autor conciba un lector capaz de participar en la actualización de las intuiciones que el enunciado contiene virtualmente –cooperación textual–. A pesar de las insuficiencias que presenta este proceso, basta con considerar el problema de la pluriculturalidad que supone que el texto llegue a manos de otro público no previsto y abrirse así a otras interpretaciones. Con lo que hemos apuntado hasta aquí, se puede decir que el lector recibe la producción del autor refiriéndose al entorno sociocultural de este último.

El público televisivo, por su parte, aunque no sepa con exactitud los orígenes del director o del productor de una serie, puede relacionar sus productos con el propio contexto social del cual él mismo procede. El televidente de una serie tampoco tiene que saber algo respecto a los comportamientos, las ideas y la idiosincrasia de las personas que han sido elegidas para actuar. El dominio del entorno de donde proceden los actores carece de importancia en la recepción del mensaje. Sin embargo y como contraparte, a falta de conocer al director o a los actores, un público que sí conoce el entorno al que se hace referencia en la obra consigue alcanzar con mucha habilidad el mensaje de la película.

En el proceso de recepción se debe tener en cuenta que “hay referentes culturales, de género, de raza o etnia, de clase, de edad y de lugar de procedencia o residencia” (Gómez Orozco, 2003: 7). A esos referentes se agregan “otras fuentes referenciales que tienen que ver con las historias personales de los sujetos sociales, sus experiencias y apropiaciones

vitales y sus destrezas y capacidades” (7). Por ello, el lector y el televidente sufren la influencia del medio ambiente respectivamente del autor y del director.

Las interacciones

Ateniéndose a la relación que se establece entre recepción e interacción – “recepción es sinónimo de interacción” (Gómez Orozco, 2003: 12)–, no es obvio que se hable de recepción cuando no aparecen al menos dos personas; aunque quede considerada la recepción por sí misma nos interesa sobremanera indagar sobre las interacciones. Orozco las categoriza como “directas e indirectas” con los medios y en general con los referentes comunicacionales. Esto ha permitido que se hable de interacciones de primero, segundo y tercer orden, según el escenario de que se trate y según el momento también. Refiriéndose a la televisión se hablará de “televidencias” de primer orden cuando la interacción se realiza frente al televisor y, posteriormente, habrá otros niveles de televidencia ya que el referente “sale de la pantalla” y luego va apareciendo en otro tipo de interacciones cotidianas. En el mismo ámbito, el lector de una obra literaria parece salir del texto para referirse a otros fuera de ella. Dicho sujeto remite al lector de primer orden.

Las mediaciones

El fenómeno de la mediación se experimenta tanto en la narrativa televisiva como en la literaria. Para que la obra literaria de un autor o la serie de un director lleguen a los lectores/televidentes se necesita la mediación. A pesar de que estas mediaciones presentan algunas discrepancias terminológicas, contribuyen todas a que se realice el proceso de comunicación. A juicio de Gómez Orozco, no se puede estudiar el proceso de la recepción sin aludir a las mediaciones,² en la medida en que son ellas las que determinan en el ámbito de la

² Su concepto de mediaciones se refiere al “proceso estructurante que configura y reconfigura, tanto la interacción de los auditorios con los medios, como la creación del auditorio del sentido de esa interacción” (Orozco Gómez, 1993: 33).

comunicación televisiva el tipo de relación con la audiencia y los mensajes. Por su parte, Margarita Alonso Alonso (1999) clasifica las mediaciones televisivas en individual, situacional, institucional y videotecnológica. Exceptuando la mediación videotecnológica que sería la *lectotecnológica*, si cabe acuñar el término, las demás mediaciones se integran en la mediación literaria. Este punto de vista puede comprobarse al precisar las características de cada una de las mediaciones.

Así, la individual será aquella que dependa de las características individuales y socioculturales del sujeto. Esta definición encaja bien con la de la mediación literaria ya que el sujeto lector sufre influencias individuales y socioculturales. Para dar un ejemplo concreto, un televidente de una serie hispanoamericana no llega delante de la pantalla vacío, sino que tiene una idea previa de lo que es capital para comprender una serie o película de esa parte del mundo. La referencia siempre necesaria de la interpretación del mito que anima al público televisivo, es la misma que requiere el público literario. La mediación individual vista en este sentido es pues un factor que influye tanto al lector como al televidente.

La mediación situacional aunque esté implícita en otras mediaciones, depende de las circunstancias o escenarios donde se ve la televisión, lo que involucra la influencia de lo mental y lo físico. En suma, el televidente realiza a la vez muchas actividades –cognitivas y físicas– enfrente del televisor. Una influencia tal puede también observarse al leer una obra. El lector piensa leyendo y hace partícipe a su físico en la acción de leer. Considerándola en su sentido etimológico, la mediación situacional depende del sitio del lector/telespectador pues incluso la posición de la pantalla y el espacio donde se ve son susceptibles de afectar al televidente. De igual modo, la lectura no se puede conseguir de la misma manera entre un lector acostado y otro sentado. La posición del televisor y la forma del libro –digital, en papel– tienen una influencia sobre el receptor. El público literario como el público televisivo padecen de la influencia de los “agentes turbulentos” conforme opina Orozco Gómez (1996); sobre todo cuando el lector/televidente hace simultáneamente dos actividades.

La televisión y el libro son unas de las mediaciones institucionales actuantes en la sociedad. Orozco Gómez estipula que su actuación será medida también por otras instituciones como la familia, los amigos, la escuela, la religión y demás. Ahora bien, refiriéndose a los organismos que rigen a vez la promoción del libro y de la televisión, es decir, la oficina y la casa editorial, parece comprobable que la mediación institucional afecta tanto al público lector como al público televisivo. La casa editorial y los estudios de televisión son fuentes activas de información para los sujetos y, por lo tanto, constituyen lugares de elaboración de significados socioculturales. Todas las instituciones enumeradas arriba “proponen guiones a los sujetos y condenan otros, los cuales se pueden entender como, normas y formas de interacción social, legitimando sus actuaciones en los escenarios sociales” (Orozco Gómez, 2003:11). Todo esto requiere la necesidad de diversas formas y métodos, es decir, herramientas institucionales donde se hallan el poder, las prohibiciones y las condiciones materiales y los procesos de negociación.

Asimismo, la mediación videotecnológica se refiere a la manera de estructurar los géneros y las posibilidades y recursos técnicos de la televisión para la transmisión de los contenidos. Por asimilación, la mediación *lectotecnológica* poseería las mismas características sólo si basta con añadir que los recursos técnicos se relacionan en este marco con el editor que es un ser humano y no un artefacto. El editor y los promotores del libro utilizan muchas técnicas para transmitir los mensajes, un abanico tal que permite se cuente con internet, lo digital, el formato en papel y el electrónico. De modo general, es la forma como operan los equipamientos y técnicas específicas de la televisión o del promotor de la casa editorial para establecer mensajes o poner énfasis en algún componente sobre otros. Es entonces la manera como se pinta la imagen de la realidad en el libro así como en la narrativa televisiva pese al carácter verosímil de cada uno de ellos.

Las interpretaciones

El análisis de las interpretaciones requiere que presentemos los tipos de público que se pueden conceder a la literatura y a la televisión. El público, tomado en su mera expresión de lector/televidente, permite deslindar el lector/televidente modelo o ideal del empírico o real. Ahora bien, al considerar el concepto en el ámbito de la crítica literaria, sólo nos interesa el modelo o ideal. Ese lector/televidente cuenta con capacidades de interpretación bien definidas pues “cuando el crítico literario habla del lector, está pensando en general, como alguien capaz de percibir todos los aspectos polisémicos, abiertos que un texto encierra” (Valbuena, 1997: 2). Por extensión, el lector del crítico equivale al televidente del mismo, por tanto ambos tienen una misma interpretación. La no conformidad de las interpretaciones releva pues a los lectores reales o empíricos.

Tomemos en consideración la teoría estadounidense de la respuesta del lector, una teoría que estudia la interacción texto-lector bajo varios aspectos, y de acuerdo con el significado que da John Corner al término,

En la respuesta o la lectura los sujetos asignan una significación generalizada a lo que han visto y oído, evaluándola y colocándola dentro de un lugar en su conocimiento o memoria, donde puede seguir haciendo su trabajo modificador en otros constituyentes de su conciencia (y por tanto, de su inconsciencia) (Valbuena de la Fuente, 1997: 1).

Se desprende de esta cita una asimilación entre respuesta y lectura yendo entre él que responde y el lector. Visto en este ámbito, el lector parece cumplir la misma función que el telespectador, si basta con decir que el lector ve antes de leer y que el telespectador también ve antes de oír. Por ello, se puede afirmar en una cierta medida que la interpretación del público literario no se diferencia de la del público televisivo. Aunque esta postura está en contra de los investigadores de la teoría empírica que atienden a los lectores reales o incultos, su mérito en este análisis no es cuestionable.

LAS DISCREPANCIAS ENTRE EL LECTOR Y EL PÚBLICO TELEVISIVO

El libro y la televisión son dos soportes de la comunicación que ponen en juego recepciones diferentes. A cada uno de ellos corresponde un tipo de público o un modo de recibir el mensaje. El código utilizado para que se establezca la comunicación es de carácter lingüístico con la diferencia de que sea oral o escrito. Ahora bien ¿cuáles son diferencias que destacan a la hora de lograr una recepción efectiva tanto al realizar una lectura como al ver una serie televisiva?

El mensaje

El público literario recibe un mensaje casi original del escritor ya que el libro reproduce el pensamiento y el propósito de su autor. También incluye la imaginación en su libro para ampliar sus ideas o mensajes. El mensaje parece ser una pálida fotocopia de lo que piensa el autor si basta con ignorar la posibilidad de una modificación de la casa editorial. El mensaje que recibe el público literario conlleva la verosimilitud de los hechos narrados. Si se trata de una obra que pinta la realidad social, el lector puede comprobar esta verosimilitud; sobre todo en el caso específico de narración sincrónica y, realizar una reconstitución de los hechos. De modo general, el mensaje de un libro no sufre la modificación accidental como es posible observar en el caso de un texto televisivo.

El mensaje fílmico o televisivo llega al público después de muchas alternativas. La participación a la vez del director y del productor en la emisión del mensaje va siempre complicándose con la intervención del equipo técnico que permite que el mensaje llegue al televidente o espectador. Esto es, se requiere de muchos artefactos (cámaras, consolas de edición, etcétera) para poder comunicar el mensaje de modo que llegue al público no de forma universal: ese mensaje fílmico, si cabe parafrasear a Valbuena, nos llega mediatizado y condicionado por la cámara, que dirige e induce nuestra mirada. Por tanto, la cámara actúa como si fuera otro director; lo mismo hacen los demás soportes o artefactos que se utilizan

para posibilitar la comunicación. La cámara impone una mirada al telespectador y le proporciona su imagen –que puede ser otra que la prevista por el director fílmico–. La recepción del mensaje no depende totalmente de su emisor sino de la cámara que deja participar a otros intervinientes tales como el realizador y el camarógrafo. La fiabilidad del mensaje depende así pues, de los aparatos y no únicamente del autor como ha quedado apuntado.

La narración del mensaje también plantea que los dos sistemas de comunicación se diferencian en el modo de redactarse. Araceli Herrero Figueroa (1998) ve en el cine o la televisión una “narración precipitada” pues las secuencias se reducen, los planos se acortan, el salto de cámara es vertiginoso. En cambio, los libros de literatura pueden tener secuencias muy largas que no las modifican ni los ojos ni la mente, es decir, los capítulos de un libro no pierden ni su longitud ni ampliación al mirar o reflexionar. Así pues, se necesita recorrer página tras página para conseguir el mensaje del libro. Los textos literarios y televisivos presentan discrepancias en lo referente a la interpretación.

El texto espectacular, como el texto literario, es abierto, con respuestas variadas. Mientras que el cine o el texto televisivo, por lo contrario, no acostumbra potenciar la ambigüedad o interpretaciones diferentes, porque ya es una interpretación en sí. Ahora bien, esta postura es válida sólo cuando se trata de un contexto de recepción idéntico o sea que muchas personas de la misma tradición o cultura visionan e interpretan un mensaje televisivo.

Acción de la recepción

La práctica de la recepción literaria y televisiva plantea un problema de incompatibilidad de índole institucional. La acción de leer en que descansa la recepción literaria es algo institucional en tanto que se necesita un aprendizaje para cumplir la función de receptor literario. En otras palabras, se aprende a leer en la escuela, la cual potencia y dirige el gusto por la lectura y el placer de leer. Aunque del mismo modo existe la salvedad del

autodidactismo. Pues bien, no se necesita pasar por una escuela o institución para ver –un niño de dos días ya puede hacerlo mientras que le resulta imposible leer–. La misma observación la podemos hacer respecto a los niños apasionados en ver la televisión sólo para disfrutar de las imágenes. A pesar de que visionar sin darse cuenta de la información se asemeja a leer sin comprender o lograr el mensaje, no se puede decir que las dos acciones sean diferentes.

Circunstancias

El tiempo en el que se efectúa la comunicación puede ser uno de los factores de diferenciación de los públicos de recepción ya que el tiempo de la comunicación se caracteriza en dos tipos: puede ser simultáneo o diferido. En el primer caso, el emisor y el receptor coinciden temporalmente, mientras que en el segundo, el emisor elabora un mensaje en un momento diferente al de la recepción. De ahí que se opongan la simultaneidad vinculada al intercambio de roles que se manifiesta de manera espontánea y la posterioridad relacionada con la ausencia de intercambio –ausencia aquí considerada como no inmediata–. La primera circunstancia, o sea la simultaneidad se hace patente sobre todo tratándose de la oralidad, mientras que la segunda se da con los libros. Ahora bien, en el marco de esta investigación la manifestación oral de la recepción no parece plausible. Esa manifestación que supone una interacción directa entre el emisor y el receptor no se puede evidenciar por no estar en contacto ambos actores de la comunicación. Lo que parece revelar la comunicación oral no es sino una comunicación parcial: en una oral es posible que hable una sola persona sin que otra intervenga. Eso puede comprobarse en la comunicación entre un sordomudo y una persona que no lo es o entre un niño y un adulto.

En la recepción televisiva el público no tiene ninguna conexión directa con el emisor. El autor escribe, el productor realiza su parte y el televidente o el espectador recibe de modo oral pero con posterioridad la escritura. Por faltar la simultaneidad, no se puede hablar de una comunicación visual como tampoco lo haremos de una escrita por no aparecer los sucesos por

escrito. Sin embargo, si consideramos que la comunicación diferida es propia de la modalidad escrita, la recepción televisiva se asemeja a ciertas situaciones comunicativas orales en donde no existe la posibilidad de los intercambios. El ejemplo de la conferencia es el más ilustrativo. El conferencista emite el mensaje y la audiencia lo escucha sin intervenir.

El contexto sociocultural e histórico

Se atiende al marco sociocultural e histórico de la obra literaria tanto en lo que afecta a su creación como a los procesos receptores. Por lo que los factores contextuales influyen en todo hecho comunicativo, la diferencia entre el público literario y el público televisivo parece ser obvia. La misma observación puede hacerse respecto a los textos televisivos o las narrativas televisivas. Un televidente que ha experimentado la vida latinoamericana, por ejemplo, domina mejor los textos o las películas que tratan de dicha sociedad.

De los dos horizontes de expectativas que destaca Jauss, el autor y el lector tienen una vinculación. A este propósito se observa que el horizonte del autor y el del receptor pueden tanto coincidir como distanciarse. El primero permanece fijo y el segundo irá cambiando según el momento socio-histórico. El público literario evoluciona conforme cambia la sociedad así como la historia del pueblo que lo rodea. La televisión no dista de este modo de ver de la recepción literaria. El público televisivo toma en consideración la situación sociocultural que transmite el director/productor y también la situación sociocultural donde se realiza la acción de visionar. En el marco típicamente de la comunicación y lingüísticamente hablando “hay una regularidad que depende del ámbito geográfico, social, profesional [...] del habla” (Linares Alés, 1996: 280). En el mismo ámbito Littau afirma retomando a Stuart que “es importante reconocer que todos hablamos desde un lugar particular, a partir de experiencias, historias y culturas particulares” (2008: 198). Con lo cual el público literario no puede ser el mismo que el público televisivo, los diferentes factores que concurren en la teoría de la comunicación favorecen que se reciba el mensaje de manera singular en cada acto de comunicación.

Las audiencias

El término 'audiencia' se emplea aquí en la perspectiva teórica de los estudios de comunicación y cine. Por tanto, se refiere al sujeto social colectivo y se sustenta en la corriente “del análisis crítico de los lectores individuales situados socialmente, cuyas lecturas individuales serían enmarcadas por formaciones y prácticas culturales compartidas que preexisten al individuo” (Lozano, 1996: 86). En el ámbito de los estudios del cine y, por extensión, de la narración televisiva, se utiliza el concepto 'audiencia' para referirse a la relación entre espectador y texto y para diferenciarlo de la aproximación teórica psicoanalítica así como de los estudios de corte sociológico. Este estudio es motivado por las propuestas de la corriente neoformalista de corte cognitivo que sostiene que “el contexto es un factor sustancial para abordar los estudios de recepción empíricos y que éste es mucho más importante que los propios relatos fílmicos, así como los testimonios de los miembros de la audiencia y su práctica de 'cinevidencia'” (Staiger, 2000: XX).

Por lo cual, cada categoría de audiencia corresponde a una narrativa propia en el marco de las convenciones sociales. Ahora bien, a la vez se construye de manera diferente según sea el contexto. La recepción depende entonces de la naturaleza del público y del medio de donde éste procede. Esta concepción es válida también para el público lector.

Los lectores presentan algunas variaciones en cuanto a la recepción se trata. Las categorías de audiencia que subrayamos aludiendo al público televisivo también se puede observar en el marco del público lector. Ahora bien, el contexto no puede ser el mismo. La lectura supone un acto individual antes que colectivo. Por ello, puede ser que la audiencia no encaje con los lectores. Es comprobable que cada lector tenga su modelo de lectura, o sea, que a un género corresponda una categoría de lectores. Si es entonces posible individualizar al público lector, no es forzosamente lo mismo con el público televisivo que se supone siempre colectivo.

Apreciación

Por otra parte, la diferencia que se transparenta entre los hechos del relato y los hechos de la narración televisiva permite que surjan apreciaciones distintas. El público televisivo y el público lector consideran los hechos de manera diferente. Apoyándose en la lógica y de acuerdo con el principio de los objetos existentes y no existentes, se critica la pretensión de una aplicación directa de la lógica en el lenguaje ordinario. Los estudiosos nos presentan dos aspectos de una misma frase que permiten comprobar la veracidad de la dificultad de apreciación. La frase “esa persona casada no está casada” hace que pueda resultar complicado para el público lector descodificar su mensaje mientras que para el lector televisivo la descodificación es más fácil. Visionando, el televidente se entera a la vez de lo ocurrido antes, así pues tendrá que apreciar la frase en conformidad de lo anterior. En cambio, el lector debería relacionar el contexto de la frase para llegar a una descodificación más o menos razonable. Se puede llegar a apreciaciones tales como: “se comporta como si no fuera casada” o “no merece estar casada” o bien “lo está por la ley pero no por Dios”. Por lo cual, la apreciación depende de la imagen acústica y de la imagen visual.

La recepción literaria generalmente viene cargada también de imágenes. Entre otras se puede distinguir la imagen acústica, visual, mental y real. Esas imágenes tienen una influencia que se manifiesta de modo diferente en los públicos de la recepción –el lector y el televidente sufren cada uno a su manera esta influencia–. Considerando que el término imagen visual remite a la par a un significante sonoro y un signo escrito, en el marco de la televisión interviene la fonación de los sonidos. Este fenómeno que se realiza mediante actores, puede favorecer que el sonido recibido por el televidente o la imagen acústica no sean los esperados. Si no está un televidente en condiciones de recibir de modo adecuado el sonido, la recepción del mensaje será errónea. El telespectador de todas formas tendrá que hacer un esfuerzo suplementario para que le llegue bien el mensaje y así descodificarlo con exactitud. Este punto

de vista cobra más validez si se considera la dicotomía psíquica y fonológica que abarca la imagen acústica:

Supongamos que un concepto dado desencadenada en el cerebro una imagen acústica correspondiente: este es un fenómeno enteramente psíquico seguido a su vez de un proceso fonológico: el cerebro transmite a los órganos de fonación un impulso correlativo a la imagen (Alonso-Cortés, 1986:134-135).

Ahora bien, si al público televisivo le cuesta mucho percibir el mensaje de los actores, la percepción parece más asequible al público lector.

El lector tiene mucho que ver con el significante, la parte física del signo lingüístico, y se materializa de forma auditiva en el caso del lenguaje hablado y como objeto de la percepción visual en el caso del lenguaje escrito. Cabe precisar que a efectos de este trabajo nos interesa sobremanera aquí sólo el lenguaje escrito pues el modo como actúa la imagen acústica en la comunicación escrita evidencia la utilidad de los significantes para el lector. Exponiendo el objetivo de la lingüística de Saussure Alonso-Cortés apunta lo siguiente:

No hay más que la imagen acústica y esa se puede traducir en una imagen visual constante. Esta posibilidad de fijar las cosas relativas a la lengua es la que hace que un diccionario y una gramática puedan ser su representación fiel, pues es depósito de las imágenes acústicas y la escritura la forma tangible de esas imágenes (Alonso-Cortés, 1986: 138).

También el proceso de representación de la imagen en la mente del público lector pone en realce la diferencia entre éste y el público televisivo. A este propósito se observa que “Desde el punto de vista neuropsíquico, la imagen virtual tiene a la vez su representación interna que conectada con la imagen acústica (verbal, gráfica o escrita) constituyen la palabra hablada o escrita” (Sánchez Medina, 2002: 189). Sin apartar por completo la comprobación de esta tesis en la recepción televisiva, la imagen virtual aquí remite a la palabra escrita. El fenómeno que

describe Sánchez Medina permite ver que el público lector se relaciona mucho más. Por lo cual, el lector no percibe igual la imagen como el televidente.

Los lenguajes

Los actores de la serie televisiva y los personajes de la obra literaria permiten que se vea de manera diferente a los personajes. La narrativa televisiva proyectada –existe también una narrativa televisiva no escenificada como por ejemplo la presentación de una serie por el periodista o el hecho de exponer un texto sin comentario hablado en la pantalla– facilita una máxima comprensión o descodificación del mensaje. Además de las palabras, los actores acompañan el habla con los gestos o ademanes que constituyen en sí otra forma de comunicar. Lo que puede escapar a la comprensión del lector se soluciona con los gestos. La lectura en cambio necesita por fuerza una reflexión. Los gestos además de completar el sentido de las palabras, solucionan enigmas sumamente difíciles de comprender, son ayudantes de los televidentes en oposición a los manuales complementarios –diccionarios y gramáticas– utilizados por los lectores y que requieren otro esfuerzo de comprensión. De acuerdo con la sinonimia entre gestos y lenguaje no verbal, este modo de pensar cobra validez si se considera que el lenguaje no verbal tiene sentido “paralingüístico” y resulta importante en muchos intercambios comunicativos humanos que complementan el discurso verbal. Ekman y Friesen, sobre todo en la parte relacionada con “el rostro y las expresiones de emoción”, ponen de manifiesto la importancia de los gestos en la recepción televisiva.

CONCLUSIÓN

Uno de los elementos básicos para el público lector y el público televisivo es la palabra. Tanto el lector como el televidente la analizan. Muchos casos pueden observarse: la recepción por los lectores de una narrativa televisiva transformada en texto literario, la recepción por los televidentes de un texto literario transformado en narración televisiva y la recepción de un libro o serie por los lectores/telespectadores.

La difusión de un libro cualquiera que sea su género, es una forma de sintetizar contenido. Considerando que por las exigencias de las pautas que rigen la reproducción cinematográfica en el ámbito típicamente literario, una serie no puede ser equivalente en cuanto al número de páginas y horas se refiere, así es obvio que existan diferencias en la recepción. Si una obra de muchas páginas se reduce en una proyección de pocos minutos, no cabe duda de que como norma el público lector tarda mucho más en leer que su contraparte el público televisivo. El televidente consigue alcanzar su meta más rápido que el lector. Ahora bien, se evidencia la dificultad de representar, para la pantalla, las imágenes literarias. Imágenes como las interrogaciones y exclamaciones son algunas de ellas que sólo son comprobables a través de los gestos faciales y el tono de voz.

El interés de la literatura –si consideramos que el relato narrativo así como la narrativa televisiva son formas literarias– es la comunicación. Una comunicación que se elabora entre un emisor de quien “sale un mensaje referido a un contexto (el referente), y llega a través de un canal –oral o escrito– a un receptor que lo descifra según un código compartido con el emisor” (Hermosilla Álvarez, 1996: 158). Por tanto, el público lector y el público televisivo reciben cada uno con su canal un mensaje. Otro factor común al público lector y al público televisivo es la producción de alteraciones “que en teoría de la información reciben el nombre de ruido” (162). Lo que más nos interesa aquí es la influencia de los ruidos en el proceso de la recepción literaria como a propósito nos revela la misma autora: “en la comunicación literaria las posibilidades de ruido son mayores y el mensaje con frecuencia es descodificado

erróneamente” (162). Dicho esto, la recepción del mensaje por el lector y el televidente no puede ser igual. Aunque quedemos en el ámbito de la obra literaria, o sea el libro, muchos lectores no pueden recibir el mismo mensaje de modo idéntico. Esta diferencia se agudiza al hablar de dos canales.

Al relacionar la recepción del público televisivo con la experimentada por el espectador de una película, es posible ver similitudes entre ambas categorías de público. Por asimilación el relato televisivo corresponde al relato narrativo. La teoría de Mieke Bal (1990) que permite plantear la problemática de duración y de orden nos lleva al análisis de la analepsis –retrospecciones temporales– y de las prolepsis o proyecciones, de retrocesos hacia el tiempo anterior o *flash back* o *flash forward* avances temporales. También, la duración del discurso que pone de relieve las posibilidades de alternancia entre narración y descripción, representación y velocidad narrativa, rige la presencia de elipsis y pausas. A pesar de que la manifestación de la diastatía y de la diacronía bajtinianos sea diferente según que se trate de una narrativa televisiva o de un relato narrativo, no cabe duda de que tengan una recepción similar. Las prolepsis y analepsis muy destacadas en el relato escrito requieren una buena observación en lo que se refiere a los relatos televisivos.

El público televisivo y el público lector se oponen por representar dos formas de recepción del mensaje. Se trata de una oposición ver/leer –o sea ver una película o serie y leer una novela–, como también la audición/lectura. Ahora bien, comparar ambas acciones permite que se noten convergencias y divergencias. Si la recepción estriba en la comunicación, el lenguaje resulta en lazo que une al lector y al telespectador. Este lenguaje por ser a la par auditivo y visual o verbal y gestual consigue distanciar al público lector del público televisivo. El lector recibe mediante un lenguaje visual –percepción visual– al tiempo que el televidente utiliza el lenguaje auditivo –percepción auditiva– y el lenguaje gestual. Por lo que existe una dualidad de lenguaje en la recepción televisiva, es decir, verbal y gestual que favorece la buena recepción por parte del destinatario.

BIBLIOGRAFÍA

Alonso Alonso, Margarita. (1999). *Teorías de la recepción en la comunicación de masas*. La Habana: Pablo de la Torre.

Alonso-Cortés Manteca, Ángel (Coord.). (1989). *Lecturas de lingüística*. Madrid: Cátedra.

Bal, Mieke. (1990). *Teoría de la narrativa. (Una introducción a la narratología)*. Madrid: Cátedra.

Dayan, Daniel. (2009). *En busca del público: recepción, televisión, medios*. Barcelona: Gedisa.

Eco, Umberto. (1992). *Los límites de la interpretación*. Barcelona: Lumen.

— (1993). *Lector in fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo*. Barcelona: Lumen.

Ekman, Paul; Friesen Wallace V. (1975). *Unmasking the Face: A Guide to Recognizing Emotions from Facial Clues*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Flores Thomas, Claudio E. (2010). *La recepción televisiva de los jóvenes estudiantes de nivel medio (secundaria) de Comalcalco, Tabasco (México). Una exploración autorreflexiva del uso de la televisión y sus investigaciones con técnicas cualitativas*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona. <http://www.tdx.cat/handle/10803/4216>

Hermosilla Álvarez, María Ángeles (1996). La lectura literaria. En Hernández Guerrero, José Antonio (coord.). *Manual de teoría de la literatura* (pp. 155-175). Sevilla: Algaida.

Hernández Guerrero, José Antonio. (1996). La literatura. En Hernández Guerrero, José Antonio (coord.). *Manual de teoría de la literatura* (pp. 11-40). Sevilla: Algaida.

Hernández-Santaolalla, Víctor. (2010). De la Escuela de Constanza a la recepción cinematográfica. Un viaje de ida y vuelta. *Frame*, 6, 196-218.

Herrero Figueroa, M. Araceli. (1999). Lectura literaria y competencia intertextual. Criterios de selección del texto literario y de su transposición fílmica. En Losada Aldrey, María Carmen; Márquez Caneda, José F.; Jiménez Juliá, Eduardo. (1999). *Español como lengua extranjera: enfoque comunicativo y gramática. Actas del IX congreso internacional de ASELE, Santiago de Compostela, 23-26 de septiembre de 1998*. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela/ Difusión. Centro virtual Cervantes, http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/asele_ix.htm.

- Jauss, Hans-Robert. (1992) *Experiencia estética y hermenéutica literaria*. Madrid: Taurus.
- Jensen, Klaus; Rosengren, Karl. (1990). Five Traditions in Search of the Audience. *European Journal of Communication*, 5, 2, 207-238.
- Linares Alés, Francisco. (1996). La lengua literaria. En Hernández Guerrero, José Antonio (coord.) *Manual de teoría de la literatura* (pp. 271-293) Sevilla: Algaída.
- Littau, Karin. (2008). *Teorías de la lectura: libros, cuerpos y bibliomanía*. Buenos Aires: Manantial.
- Lozano, José Carlos. (1996). *Teoría e investigación de masas*. México: Alhambra.
- Millán Barroso, Pedro Javier. (2008). Género literario y género audiovisual. Una propuesta para el relato cinematográfico. *Cauce*, 30, 243-275. Sevilla: Universidad de Sevilla. Centro Virtual Cervantes. <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/13017>.
- Orozco Gómez, Guillermo. (2003). Los estudios de recepción: de un modo de investigar, a una moda, y de ahí a muchos modos. *Intexto*, 2, 9, 1-13. Julho/dezembro 2003. Porto Alegre: UFRGS.
- (1996). *Televisión y audiencia, un enfoque cualitativo*. México: La Torre.
- (1993). Dialéctica de la mediación televisiva. Estructuración de estrategias de recepción por los televidentes. *Análisis*, 15, 31-44.
- Sánchez Medina, Guillermo. (2002). *Psicoanálisis y teoría de la complejidad. Una metáfora*. Colombia: Academia Nacional de Medicina.
- Soní Soto, Araceli. (2009). Teoría de la recepción. Fundamentos teóricos y metodológicos. En el blog *Araceli Soní Soto. Hermenéutica y literatura*. <https://aracelisoni.wordpress.com/2009/08/23/teoria-de-la-recepcion/#more-37>.
- Valbuena de la Fuente, Felícimo. (1997). *Teoría general de la información*. Madrid: Noesis. <http://www.fgbueno.es/edi/rec1997v.htm>, (12 agosto 2015).