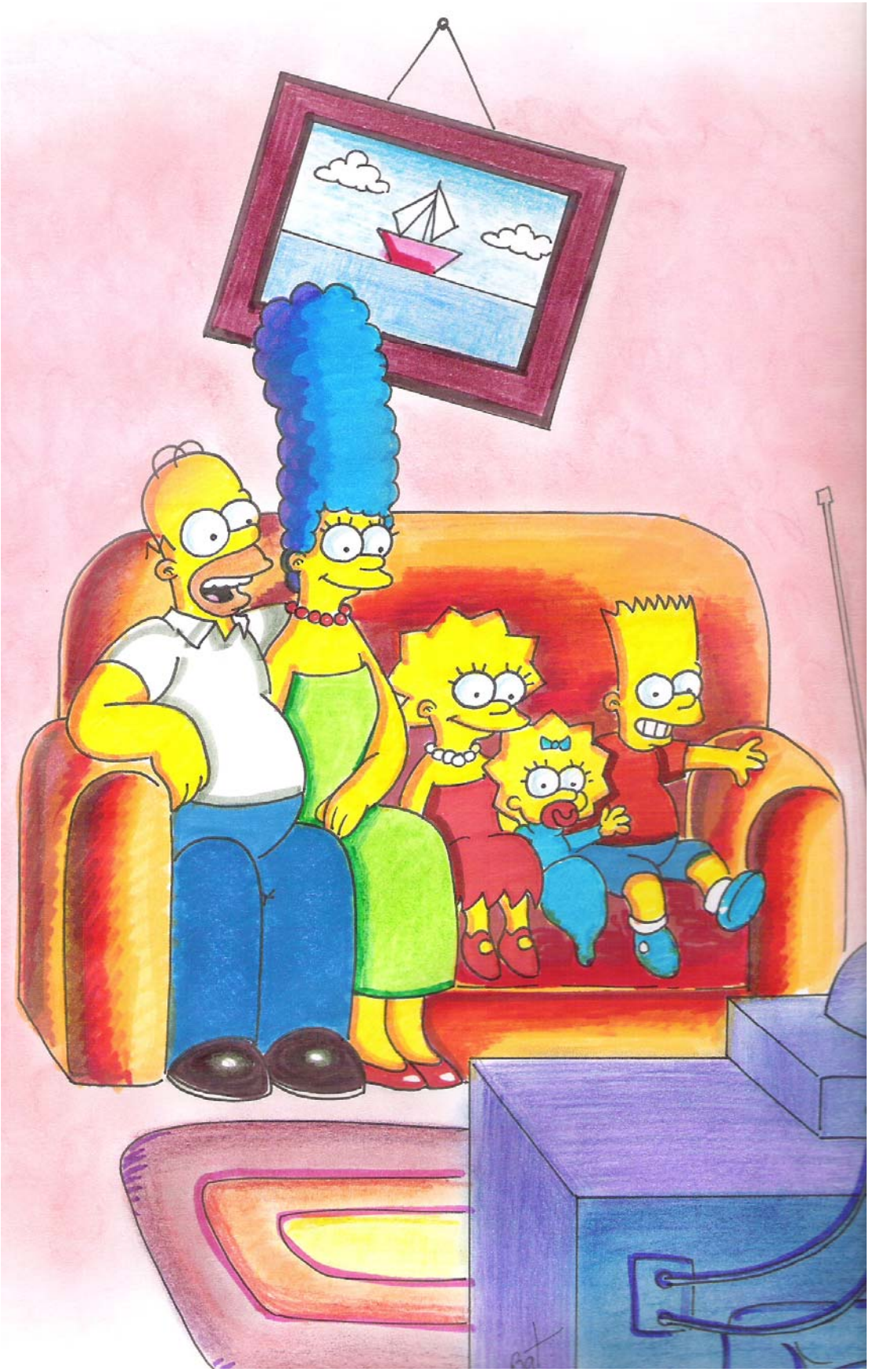

Ilustración: Bat-Seba López Galicia

CAPÍTULO 2
Stuart Hall en busca de Los Simpsons

De acuerdo con Keslowitz (2004) “la televisión ha reflejados [los] cambios [de la sociedad]” (80). Hace unos años las investigaciones apuntaban al efecto de los mensajes sobre la audiencia. Ahora esas teorías sirvieron de base para crear otras que complementen lo que se había estudiado. Éstas, engloban la idea de que la audiencia es la que decide qué hacer con dichos mensajes (De Moragas, 1981). Ambas corrientes siguen siendo igualmente validas, sin embargo es el investigador quien decide cómo aplicarlas.

El propósito de esta investigación es conocer cómo tres familias mexicanas de distintas clases sociales decodifican los mensajes de Los Simpsons dentro de un contexto social y económico específico. La idea parte de que esta serie se considera un fenómeno comunicativo y social que ha impactado diferentes culturas alrededor del mundo. Para efectos del estudio de Los Simpson, se debe definir primero el concepto de familia. Según el libro “platiquemos en familia” del Consejo Nacional de Población y el DIF, (1994) la familia es una organización social que vigila y promueve el desarrollo y bienestar de sus miembros, los cuales están vinculados por unión sanguínea y/o social. Entre las funciones básicas de la familia están el proveer a sus miembros de salud, educación, bienestar y desarrollo y afecto. Sus funciones sociales son el cuidado y la preservación de la especie humana, la sociedad y el medio ambiente. Es necesario definir este concepto puesto que se analizará el proceso de decodificación que realizan las familias mexicanas de la familia Simpson.

El proceso de comunicación es muy concreto en cuanto a su estructura, básicamente los elementos necesarios son: la producción, difusión y recepción del mensaje.

“Este modelo puede ser comprendido como una guía para un estudio semiótico de los medios de comunicación de masas centrado en el significado” (Nightingale, 1996: 51).

La producción del mensaje la realiza el emisor y ésta conlleva un contexto económico, político, social y cultural. La difusión o canal del mensaje se refiere al medio que se utilizará para dar dicho mensaje. En lo referente a la recepción, se lleva a cabo considerando distintos factores en un proceso de apropiación del mensaje. La recepción de los mensajes es un proceso muy complejo que ha sido estudiado como pieza clave para la creación y el logro de los objetivos del emisor. Es importante detallar este proceso para entender la comunicación que se establece entre la serie de Los Simpsons y su audiencia.

Una sociedad se basa en ideologías, valores y costumbres distintos que en algún punto congenian y crean lo que entendemos como cultura. Stuart Hall es un teórico que se ha preocupado por estudiar la interacción entre los individuos que forman parte de una cultura y la manera en que reciben la información mediática. Hall ha creado un modelo de codificación-decodificación de los mensajes.

Modelo de codificación-decodificación

En su modelo de codificación/decodificación, Stuart Hall (2001) supone que un mensaje tiene distintas maneras de ser codificado y por lo tanto decodificado. Hall (2001) concibe al espectador como algo más que un receptor pasivo fijo, es decir, que no se conformará con sólo recibir la información, sino que mostrará un punto de vista y actuará con base en él. Este modelo permite concebir a la televisión

como un área de lucha cultural entre los productores de mensajes y los receptores de los mismos. Los procesos de codificación/decodificación de los mensajes no son iguales, sin embargo, están relacionados. Entre la creación y la admisión por parte de la audiencia de un mismo mensaje existe un tiempo lógico que al pasar determina histórica y socialmente la diferencia en la recepción.

También señala Hall (1993) que un mensaje se constituye a través de signos, códigos y claves, dentro de las reglas del lenguaje. Este mensaje se considera un producto que se distribuye entre distintas estructuras sociales. A este proceso se le conoce como codificación, como Hall señala (1993) dicho evento debe convertirse en una historia, antes de en un evento comunicativo. En ese momento las reglas de lenguaje dominan.

En lo que respecta a las audiencias, no son conscientes del proceso de decodificación, sino que se da involuntariamente. Algunos de los elementos que influyen en la interpretación y decodificación son: la posición social y la situación contextual en la que se consume el medio o programa (Morley 1996). Al analizar la serie de Los Simpsons con este modelo se lograr conocer el contexto de consumo, así como las relaciones de poder y roles con los que se identifiquen las familias en el Estado de México. Para poder analizar esta serie debemos tener en cuenta que la comunicación y creación de estos mensajes también tienen un propósito, ya sea entretener, persuadir, enseñar, entre otros.

Hall (1993) menciona la polisemia de los mensajes, es decir, que se pueden leer de distintas formas, sin embargo, afirma que la manera en que se codificaron, está estructurada en combinación con distintos elementos y esto a su vez, delimita el número de significados que se le puedan otorgar al momento de la decodificación, esto provoca lo que Hall llama significado preferente. Los significados que la audiencia le de a los mensajes, Hall los organiza en una escala entre dominante hasta oposicional.

Hall (1993) explica que, al decodificar un mensaje se pueden dar tres tipos de lectura posibles:

-La lectura preferente: Se refiere a la lectura en donde se acepta la ideología manejada en el texto y se incorpora a la realidad social del receptor. Este sistema o decodificación dominante es cuando la audiencia está completamente de acuerdo con el mensaje que se le está dando.

Hall (1993) explica que la decodificación dominante o hegemónica se da cuando el espectador o la audiencia toman el significado en su forma connotada o producida y decodifica el mensaje en los mismos términos en que fue codificado, Hall refiere al espectador como operador dentro del código dominante.

-Lectura negociada: Se trata de la lectura donde el receptor se da cuenta de la carga de valores preferentes contenidos en el texto, pero se conjuntan con los valores propios del receptor. Este sistema, logra una decodificación negociada, es decir, que la audiencia sólo decodificará lo que le convenga, lo que refleje su posición e intereses.

Por otro lado, también existe el concepto de hegemonía que señala Morley, (según Gramsci 1968) como un conjunto de ideas dominantes presentes dentro de la sociedad, que los individuos ya aceptan naturalmente. Nos permite entender el proceso de construcción de significados, así como establecer la competencia de poder entre los grupos. El concepto de hegemonía nos abre la visión para entender lo establecido como cultura popular, la cual es la adaptación y asimilación de la cultura dominante. Según Hall (1993) el punto de vista hegemónico son aquellos significados de una sociedad o cultura completa, y esto acarrea una estampa de legitimidad acerca del orden social naturalmente establecido. La hegemonía se relaciona muy directamente con la lectura negociada, la cual según Hall contiene una mezcla de elementos adaptables y de oposición. Es decir que la audiencia estará de acuerdo con el mensaje sólo en ciertos aspectos convenientes para ésta.

-Lectura oposicional: Es cuando el receptor tiene noción del significado dominante del texto, pero se rehúsa a adaptarse a él. Este sistema de decodificación es el oposicional, en donde la audiencia refleja completamente estar en contra del mensaje. Los errores denotativos no son estructuralmente significativos, en cambio un malentendido en el significado connotativo y contextual marcan un cambio estructural muy grande. Aquí los miembros de la audiencia se encuentran totalmente en desacuerdo con el mensaje codificado.

La teoría aplicada según David Morley

En el proceso de recepción se deben observar los tipos de decodificación de los mensajes en las audiencias, sin olvidar que cada una cuenta con un contexto social distinto. La codificación y decodificación de los mensajes se basan según Morley (1999) en tres grandes premisas:

1) La producción de un mensaje muy significativo en la televisión es muy problemático, ya que el mismo mensaje se puede codificar en más de un sentido.

2) Los mensajes en la comunicación social son siempre de forma y estructura compleja. Contienen más de una lectura potencial. Unas lecturas pueden sobreponerse a otras o intercalarse, pero nunca están demasiado cerca de una sola interpretación. Se mantienen polisémicas.

3) El hecho de otorgar significados a un mensaje es también una práctica problemática. Los mensajes se codifican de una manera, sin embargo siempre se leen de una diferente.

Según Morley (1996) el simple hecho de plantear una interpretación de los mensajes, rechaza el supuesto de que se produce un efecto inmediato en la audiencia. No es lo mismo un proceso pasivo de recepción de los mensajes, a uno activo de decodificación de los mismos. Nuestra naturaleza social y humana nos

hace aplicar los conocimientos e historia inconscientemente a través de códigos básicos de interpretación. En este caso nuestro bagaje cultural se manifiesta.

Morley desataca el ejemplo de la familia que mira la televisión en el hogar, toda reunida a la misma hora. Absorberán los mensajes de forma pasiva, sin embargo existirán situaciones que a algunos miembros de la familia les parezcan desagradables, mientras a otros no. En ese momento se suscitarán conflictos internos en cada uno de los miembros y quizá los externen causando un conflicto mayor. Basta mirar juntos un programa para que exista una discusión. Con este ejemplo se demuestra claramente que la audiencia tiene la facultad innata de responder a los mensajes recibidos.

Los mensajes televisivos son tratados y considerados como complejos, sus signos contienen una lectura preestablecida, la cual es la preferente para ser entendida, sin embargo, implícitamente también contienen el potencial de tener distintos significados y por lo tanto comunicar algo distinto. Es así como la lectura preferente es en sí parte del mensaje, y puede ser identificada entre su estructura lingüística y comunicativa. Todos los mensajes en la televisión son codificados con un fin, y absolutamente todos los programas llevan un mensaje a la sociedad (1999:124).

Morley (1996) en su estudio de las audiencias y la televisión cita un ejemplo de un estudio de Mattelart y Dorfmann “sobre las historietas del Pato Donald, su investigación señaló las costumbres aparentemente inocentes de los habitantes de Patolandia, y en todos sus mensajes llevan implícitas las ideas de individualidad, libertad, el modo de hacerse rico, la sexualidad y la naturaleza de la familia” (6). Con este ejemplo reiteramos la idea anterior, de que todos los programas de televisión llevan implícitos mensajes que pueden causar un efecto en la audiencia, según su decodificación.

La audiencia es considerada un todo social y estructurado que tiene la habilidad de decodificar los mensajes según su contexto y los recursos culturales a su

alcance, ya sea individualmente o como sociedad. Es decir, que cada miembro de la audiencia tiene la ventaja de entender los mensajes dentro de la comunidad que lo rodea en el momento, o individualmente como persona. Como señala Morley "los espectadores se situaban frente al televisor de un modo activo, realizando interpretaciones críticas y contrapuestas de las formas culturales dominantes, percibiendo los mensajes ideológicos selectiva y subversivamente" (1998:418). Con base en esta idea, se planteará en esta investigación que las audiencias mexicanas, representadas por las familias que se estudian, también realizan una selección ideológica de los mensajes expuestos en la serie de Los Simpsons, y muestran una participación activa ante los contenidos. Como se mencionó anteriormente, la participación activa de la audiencia no necesariamente implica un acto físico ante una provocación en el momento, es decir, no necesitan hablar ni opinar nada, con un cambio de conducta es suficiente para afirmar que el cambio ideológico se realizó a través de la decodificación que cada miembro familiar efectúe. En el caso de esta investigación, sí es necesario que las audiencias opinen acerca de los mensajes a los que estuvieron expuestos, para percibir en ese instante la lectura de decodificación.

El proceso de decodificación depende mucho de cada persona, es un proceso individual y único de cada mensaje. Los Simpsons son una serie pensada para adultos, que en México tiene un horario nocturno, y que sin embargo los niños ya adoptaron como una caricatura más. Es una serie destinada al entretenimiento familiar en un horario de lunes a viernes de ocho y media de la noche por el canal de Azteca 7 (TV Azteca, 2007), en este horario, la mayor parte de la familia vuelve a reunirse. Los mensajes de Los Simpsons varían de un capítulo a otro, pero básicamente se tratan todos los temas y problemáticas que una familia estadounidense de clase media pueda tener. Por esta razón es interesante investigar sobre la decodificación que familias mexicanas de distintas clases hagan al respecto de los mensajes.

La polisemia de los mensajes

La polisemia de los mensajes se refiere a que un mismo mensaje tiene potencialmente muchos significados distintos, que serán otorgados por el receptor gracias a su contexto cultural, histórico y social. Según Pecheux en (Morley 1996) existe un fenómeno llamado interdiscursos es decir, que cada individuo vive y convive en un entrecruce de diferentes discursos y diferentes sistemas de mensaje, siempre en medio de ambos. Durante un proceso de decodificación de cualquier mensaje siempre participan muchos otros, anteriores o inmediatos, independientemente de que seamos conscientes de este fenómeno. El espectador, audiencia o receptor se quedará con la información que comparta su ideología.

Según Evans (Morley 1998) Los estudios sobre audiencias se pueden caracterizar por dos premisas: a) la audiencia siempre es activa (en un sentido no trivial) y b) el contenido de los medios de comunicación es polisémico o abierto a la interpretación. En el sentido de la polisemia también asegura Morley que existe un riesgo de caer en el relativismo autocomplaciente, es decir, que la decodificación de los mensajes se vuelve algo demasiado amplio y variable. Según Corner (Morley 1998) cada miembro de la audiencia puede hacer su decodificación muy particular, logrando un conflicto en el proceso de codificación del mensaje ocasionando que “la idea del poder de los medios de comunicación se convierta en algo ingenuo” (1998: 421).

Las audiencias están expuestas a distintas ideologías y mensajes. Como señala Morley: “están expuestas no sólo a lo que quieren ver, porque el mensaje no es sólo una ventana de la realidad, sino que es toda una construcción. Aunque el mensaje no sea un objeto con un significado real, lleva en sí mecanismos significadores que estimulan ciertos significados, o incluso un significado privilegiado, y suprimen los demás”. (1998: 422). Con esto Morley nos deja ver claramente que todo mensaje televisivo lleva otros mensajes atrás, que permiten codificarlo, e incluso estimulan a la audiencia a que se active y lo decodifique según su bagaje sociocultural. Ya que como explica Wright en (Morley 1998) no

podemos referirnos al pasado como algo simple, debemos poner atención en nuestra historia, ya que a través de ella podemos entender los fenómenos culturales y políticos actuales. Según Parkin (en Morley, 1996) existen tres sistemas principales de sentido para la interpretación de los mensajes por parte de las audiencias. Estos son:

1) El sistema de valores dominante, cuya fuente social es el orden institucional principal; constituye un marco moral que se inclina a refrendar la desigualdad existente en términos de respeto.

2) El sistema de valores subordinado, cuya fuente social o medio generador es la comunidad local de la clase obrera; este marco promueve respuestas de acomodación a los hechos de desigualdad y al bajo estatus social.

3) El sistema de valores radical, cuya fuente es el partido político que tiene base de masas en la clase obrera; este marco promueve una interpretación de oposición a las desigualdades sociales (1996:11).

Estos sistemas de valores se relacionarán directamente con la cultura de la audiencia, incluso la misma cultura cuenta con derivados o subculturas, que según Murdock en (Morley 1973) “las subculturas son los sistemas de sentido y los modos de expresión elaborados por grupos en sectores particulares (…) Proporcionan una cantidad de recursos simbólicos a los que puedan apelar individuos o grupos particulares cuando intentan explicar su propia situación específica y construirse una identidad variable” (213-4). A esto Mills en Morley (1996) añade “un símbolo tiene un sentido diferente si es interpretado por personas que actualicen culturas distintas o diversos estratos de la misma cultura” (1939: 435) es decir, que un mismo significante tendrá distintos significados según la persona que lo vea. A medida que se reflejen actitudes o costumbres en los mensajes expuestos, la audiencia sentirá empatía y afinidad solamente si vive o

conoce dichas costumbres. Según Nightingale “las ideas de la cultura dominante se verían reflejadas en la televisión” (1996: 53).

Según Morley y Brunsdom, (1999), los mensajes causan efectos sólo si el cambio se refleja en un cambio de conducta. Cada audiencia tiene sus propias necesidades en cuanto a la recepción de los mensajes. Se deben tomar en cuenta la orientación y las características sociales de cada audiencia, así como los distintos grados de apertura al mensaje recibido para lograr el objetivo del emisor exitosamente.

Tomando en cuenta estas dos teorías principalmente y los comentarios señalados anteriormente podemos inferir que las familias que integran la audiencia de Los Simpsons harán uso de su bagaje cultural e histórico para demostrar una de las tres lecturas del modelo de codificación-decodificación de Hall, que sus lecturas serán polisémicas que incluirán valores de alguno de los tres sistemas y que la serie motiva algún cambio en su conducta.