

**“EL TELEVIDENTE NO NACE, SE HACE”. A MÁS DE 20 AÑOS DE
TELEVISIÓN Y PRODUCCIÓN DE SIGNIFICADOS, DE GUILLERMO OROZCO**
Darwin Franco¹ y Rodrigo González²

Resumen

El presente artículo intentará ofrecer una visión retrospectiva a la obra *Televisión y producción de significados*, de Guillermo Orozco, apuntando hacia sus orígenes, propuestas y principales aportaciones a los estudios de recepción y educomunicación actuales.

Palabras clave

Guillermo Orozco, estudios de recepción, televisión, audiencias, estudios culturales

Abstract

The present article will try to offer a retrospective glance to *Televisión y producción de significados*, a Guillermo Orozco's grass root work, aiming towards its origins, main proposals and major contributions to the nowadays reception and educomunicational studies.

Keywords

Guillermo Orozco, reception studies, television, audiences, cultural studies

Referencia de la obra:

Orozco, G. (1987). *Televisión y producción de significados (Tres ensayos)*. México: Universidad Iberoamericana.

Fue en el lejano 1987 cuando Guillermo Orozco esbozó algunas de las ideas que serían básicas en la consolidación de su trayectoria académica, misma que hoy en día lo colocan como uno de los autores más reconocidos en los estudios de recepción no solo en Iberoamérica sino también en los grandes escenarios internacionales (ver: Mattelart y Mattelart, 2005: 119)

Televisión y producción de significados (Tres ensayos) representó en ese entonces un esfuerzo importante por entender que el “acto de ver televisión”, más que una relación reducida a los efectos o los usos y gratificaciones, es un proceso amplísimo y complejo donde los televidentes son agentes activos que anteponen a los mensajes una serie de mediaciones, mismas que les permiten producir y resignificar sus contenidos. En ese momento, también, era importante la intensión de separar esos procesos de la teoría de la recepción textual vigente en la época, sobre todo de cuño germánico (por ejemplo, en la tradición de Jauss y Fish. Ver: Jauss, 1982; Fish, 1980), donde los estudios se habían volcado en comprender qué hacen los textos con las personas más que en qué es lo que hacen las personas con los textos.

La influencia de los estudios culturales en el autor no sólo fue importante sino vital, porque a través de instrumentar su visión sobre el consumo cultural y los mecanismos simbólicos de resistencia y apropiación le fue posible pensar que la televisión, lejos de ser un instrumento de control total, como estaba entonces en boga, es una densa institución multimediada donde se verifican distintos tipos de negociaciones y tensiones entre los receptores y las propuestas de sentido que ésta vehicula.

Guillermo Orozco, como también ya lo haría Jesús Martín-Barbero en *Los Medios a las mediaciones* (1987), depositó su atención en este proceso porque es donde cree que se cierra aquel otro de construcción de sentido; de otra manera, entendía que el sujeto, como

agente activo e inmerso en comunidades interpretativas, es capaz de agenciar diversos significados que pueden ser usados para aceptar, negociar o rechazar los contenidos televisivos y entonces elaborar con ello una orientación práctica en el mundo. A través de esta maniobra, *Televisión y producción de significados* adquirió relevancia en la época de su publicación en tanto propuso categorías que permiten no sólo rescatar el rol y papel de la audiencia frente a la televisión, sino también profundizar en el papel que ella juega como institución productora de contenidos simbólicos y propuestas culturales en la vida cotidiana. A través de los tres ensayos que componen la obra, Orozco identifica tres momentos determinantes en el proceso de recepción televisiva que permiten y posibilitan estos procesos:

- 1) *La construcción de los significados* por parte de la institución televisiva:
En este punto el autor no se refiere a la producción de cierta programación sino a la encodificación³ particular de acuerdo a un código cultural específico (Orozco, 1987: 12). Esto implica el análisis de las condiciones socio-históricas de la televisora y las directrices político-económicas que ésta asume como institución cultural en determinado periodo histórico.
- 2) *La proposición de significados dentro de determinado producto cultural*: Esto significa entender y estudiar la forma en cómo determinado contenido “invita a los receptores a verlo de acuerdo al significado preferente con el que fue encodificado” (...). La intención es desentrañar tanto el código signifiante como el conjunto de significados que conforman posiciones de lecturas específicas” (p. 13).
- 3) Finalmente, *la interacción* entre los receptores y los significados propuestos por la televisión. Aquí se pretende hacer evidente “la negociación” mediante la cual se aceptan o rechazan los mensajes televisivos⁴.

Mediante la combinación, concatenación y estructuración de estos tres momentos se pretende entender el proceso de producción de significados “como un todo integral”. El texto, como ya se ha comentado, se compone de tres ensayos. El primero enfatiza la relación entre televisión e ideología; el segundo explora la construcción de significados alternativos a través de programas televisivos que buscan contrarrestar los estereotipos

vertidos en los medios y, finalmente, explorar la interrelación entre los receptores de la televisión.

A continuación se realiza el análisis de cada texto no a manera de resumen sino como un proceso en el que se busca dar cuenta, por apartado, de la importancia teórico-metodológica de cada uno de los textos y de la relevancia que aún guardan pese a los más de veinte años que tienen de existencia.

Viendo detrás de la pantalla. Una forma de explorar la relación entre televisión e ideología.

De 1987 a la fecha los medios de comunicación han verificado una evolución sociotecnológica tan intempestiva que de un momento a otro estamos transitando de audiencias a usuarios. Si bien podría parecer que este es un proceso lineal y mutuamente excluyente, comenzamos a verificar que no ha sido necesario dejar de ser uno para convertirse en el otro; todo lo contrario: a decir del mismo Orozco nuestra actual “condición comunicante” nos vuelve audiencias/ usuarios múltiples, capaces de ir de una pantalla a otra sin necesidad de dar cuenta de ello (Orozco, 2010).

Esto sin duda representa un cambio importante, pues sitúa a las audiencias ante la oportunidad única de ser las gestoras de sus propios procesos comunicativos al construir, producir y distribuir sus propios productos culturales, pero esto, como consecuencia secundaria y colateral, ha llevado a pensar que el descentramiento de los distintos polos de producción implica automáticamente la democratización y pluralización de del pensamiento y por tanto elimina el problema de la ideología como condición constitutiva de una “nueva era de la comunicación”.

Justamente este último punto es lo que mantiene vigente al ensayo aquí reseñado, pues pese al cambio vertiginoso en las condiciones materiales de los medios y en el papel que ahora juegan éstos, una revisión al capítulo obvia que los fenómenos ideológicos nunca pueden ser soslayados de la integridad total del fenómeno de la recepción televisiva y mediática.

Esto sucede, nos recuerda Orozco, porque la ideología queda inscrita en la constitución tanto del sujeto mediático como de sus condiciones de producción, siendo imposible dejar de lado que “el discurso televisivo (o mediático) no puede escapar del todo de la ideología ni el investigador de la reflexión acerca de cómo ese discurso se ideologiza (Orozco, 1987: 16).

Desde aquí es visible que muchas investigaciones están eminentemente interesadas en lo que sucede “delante de la pantalla” pero no reparan en lo que “ocurre detrás de ella” o viceversa; realizan análisis minuciosos sobre los discursos ideológicos que transmiten quienes controlan y deciden los contenidos televisivos, pero sin analizar sí en verdad éstos tienen el impacto que se dice que tienen, o lo que es lo mismo, asumen que los mensajes ideológicos son totales. Como lo dice Orozco:

“El elemento que importa resaltar aquí es que la ausencia de un marco conceptual más amplio no ha permitido a los investigadores conectar la institucionalidad de la televisión con la connotación de su discurso y, por tanto, con la influencia ideológica en los receptores” (p. 21).

En este sentido la propuesta de Orozco reside en trabajar el fenómeno de la recepción televisiva como un proceso total, que incorpore la proposición y construcción de los significados generados por la televisión en el momento específico en que la audiencia interactúa con ellos y su retroalimentación a las prácticas cotidianas en el momento posterior a ello. La propuesta, en este sentido, va más allá del cambio de paradigma conductista al culturalista, pues busca desmitificar que la televisión funciona como una “ventana o espejo” de la realidad porque -para Orozco- la televisión, como institución cultural, más que reflejar la realidad *la produce* y los sujetos luego la niegan o *reproducen*.

Estas nociones, sin duda, trataban de separarse del gran paradigma de efectos, pero también de la teoría crítica –tan vigentes en aquella época- porque en el ensayo lo que vincula a la televisión con la ideología vigente no es tanto su poder de persuasión

unidireccional o su posicionamiento como “aparato ideológico”, sino su capacidad para producir –y no sólo reproducir- la ideología dominante” (p. 26).

Siguiendo esa premisa, tan vigente hoy en los trabajos de Orozco, lo que hace la televisión es tomar los valores culturales e ideológicos circulantes y vigentes para producir diversos contenidos que de muchas formas tienden a reproducir los significados dominantes. Todo esto recordando, claro, que la producción de significados televisivos está en función de un código que requiere ser encodificado y decodificado tanto por el emisor como por el receptor. En este sentido la decodificación responde a la “existencia de una actividad creativa de los sujetos en la generación y apropiación de su cultura” (Orozco, 1987: 26); cultura que de igual forma marca los límites de la actividad en función de los significados dominantes en ella:

“La televisión como institución cultural en la sociedad no reproduce los significados dominantes otorgados a la realidad, sino que crea significados propios (...) la televisión reproduce patrones y significados culturales a través de la creación de nuevos significados que participan de las determinaciones dominantes” (p. 27).

Esto significa que la televisión no anda por ahí únicamente reflejando los significados existentes, sino que con base en ellos produce nuevas “representaciones de lo real”. He ahí donde verdaderamente radica el rol de la televisión en la cultura.

De esta forma, la televisión adquiere culturalmente un amplio poder para la significación de la realidad porque “su discurso es especialmente vulnerable a ser tomado por dado” (p. 28), pues lo que sale en su pantalla resulta tan natural que difícilmente el televidente repara en las mediaciones que esto conlleva.

Este proceso requiere de la existencia de diversos “mecanismos de significación” que permitan ir desdoblado los códigos televisivos; primeramente, porque la encodificación realizada por la televisión necesariamente tiene como premisa que “la realidad no es significante por sí misma” (p. 29) y, en consecuencia, los significados pueden ser múltiples

tanto en la producción de esa realidad como en las interpretaciones que la audiencia pueda generar de la misma.

Al requerir la realidad televisiva cierta inteligibilidad, la producción de significados requiere ser encodificada en función de: 1) el uso común de códigos y 2) la selección de los códigos en virtud de un contexto de referencia específico. Esta conjunción conforma “una manera de percibir y conferir sentido a la realidad que se va universalizando” (p. 30) por medio de la televisión.

En este primer ensayo la apuesta de Orozco fue demostrar que la televisión no es ni una ventana al mundo ni el espejo de la realidad, tampoco una mera reproductora de la ideología dominante: al contrario, “la televisión es una institución cultural compleja, productora de significados sociales que no escapan de la significación dominante de una determinada cultura” (p. 32).

Esto hace que el discurso televisivo no sólo sea ideológico sino que a la vez puede ser ideologizado en virtud de los procesos socio-históricos que rodean a la producción – circulación – distribución – consumo - reproducción de los bienes simbólicos que hoy se producen de forma exponencial a través de las pantallas con las cuales y mediante las cuales interactuamos hoy en día.

Televisión y aculturación. Límites de programas alternativos en la desmitificación de estereotipos dominantes.

Este artículo promovió revisar el papel de la televisión en la generación de estereotipos de género en niños y niñas, particularmente a partir de verlo desde la *Teoría del patrón mental de género* de Bem (1981), utilizando para ello el ejemplo de una serie de televisión educativa titulada *Freestyle*, producto televisivo que ofrecía a sus televidentes patrones de género alternativos frente a las tradicionales labores masculinas y femeninas. Para el momento en que Orozco escribía este ensayo el modelo dominante en los estudios sobre roles y estereotipos era sin lugar a dudas el del *Aprendizaje social*, del teórico canadiense Albert Bandura (1976), de corte eminentemente conductista. Infinidad fueron los trabajos

de la época que hicieron acercamientos desde este esquema a las instancias psicosociales del comportamiento, entre los que se encuentran las influencias cognitivas de los medios de comunicación. Justamente, fuera de su estricto ámbito de los estudios de la psicología cognitivo-conductual, una referencia que sigue teniendo mucha presencia hasta ahora en nuestro campo es su célebre artículo “Teoría social cognitiva de la comunicación de masas” (Bandura, 1996).

Este modelo proponía generar un cambio en las actitudes de los televidentes a través de mostrar personajes asumiendo modelos de comportamiento socialmente deseables. Con el estímulo codificado y la consonancia puesta en las expectativas adaptativas de la audiencia se esperaba que el espectador asumiera el rol presentado. Como se sabe, las experiencias llevadas a cabo desde este modelo, a lo largo de dos décadas, no lograron dar los resultados deseados, pues tal como argumenta Orozco los procesos son mucho más complejos que la mera relación estímulo -respuesta, implicando en ello diversas mediaciones culturales y psicosociales en constante interacción (1987, 46-51).

Desde esta perspectiva Orozco sugirió una puerta alterna al espejismo de los condicionamientos operantes, proponiendo ver la influencia de la televisión desde el punto de vista culturalista de la *Teoría del patrón mental de género* (Bem, 1981). Este modelo parte de la premisa de que los estereotipos son representaciones que se fijan a prácticas determinadas a través de una convención social dada pero siempre culturalmente construida. En ello el patrón mental se convierte en un principio organizativo, que categoriza la información y toma los estereotipos como insumos de orientación simbólica ahí donde no existe información práctica sobre cómo actuar. Desde ahí, el papel de la televisión (pero también podrían ser otros medios) estaría en proponer modelos de actuación contrapuestos a los hegemónicos, aportando un significado alternativo a los roles y estereotipos dominantes a partir de interpelar las mediaciones culturales de los espectadores.

En este texto el concepto de mediación, tan importante en la posterior obra de Orozco, aparece ya como un importante vector en los procesos de negociación de las audiencias con

los contenidos ofertados, convirtiéndose en el detonador de un procesos de “evidenciación” a partir del cual los sujetos hacen conscientes las dimensiones antagónicas de los contenidos a los que están expuestos. Tal como lo dice el propio Orozco, “el elemento más importante con relación al patrón mental es que a partir de la organización y almacenamiento de la información el sujeto adquiere una especie de estructura informativa y no sólo una serie de informaciones más o menos relacionadas” (Orozco, 1987: 40).

Con este ensayo Orozco atrajo, junto a otros, la tendencia imperante en los estudios críticos que gravitaban en la órbita europea y norteamericana de los estudios de audiencias (sobre todo los anglo), sumándose a la voz de autores como Valerie Walkerdine, Henry Giroux o John Fiske que, como él, buscaron en ese entonces el vínculo entre la producción de contenidos mediáticos, la recepción y la producción cultural de significados.

Televisión, receptores y negociación de significados. Algunas notas epistemológicas.

Este ensayo es quizá el que mejor conceptualiza el valor teórico-metodológico de la propuesta que Orozco ha construido para los estudios de recepción de medios.

En este sentido el ensayo se construyó en torno a tres ejes: 1) la posición del investigador como sujeto cognoscente en su aproximación al objeto de estudios, 2) el papel y *status* de la televisión en cuanto institución social que compite con otras instituciones (familia y escuela) en la socialización de niños y jóvenes, y 3) la relación que los receptores entablan con los significados construidos y propuestos por la televisión.

En las prácticas empíricas de la época (1987) era muy común separar la intencionalidad del investigador de su objeto de estudio. Se pensaba erróneamente que el problema de investigación existía independientemente de las pretensiones del investigador, y por tanto pensar en su “construcción” constituía una acción epistemológicamente “incorrecta” en tanto contaminaba el fenómeno a estudiar.

Esto persistía (y persiste) en los estudios sociales de corte positivo pues se pretende que el quehacer del científico sea “neutro e imparcial”; esto –desde luego- impactó también a los

métodos y técnicas utilizados, ya que implicó que éstos se relacionaran únicamente con determinados objetos y sólo a partir de un determinado tipo de relaciones y operaciones. Orozco criticó fuertemente esta inercia pues según su perspectiva el hecho provoca la generación de “un supermercado de métodos y técnicas de investigación” (p. 54) que hacen que la epistemología (en cuanto a forma de conocer, diseñar y abordar un objeto) se reduzca a un mero acto de selección de técnicas y/o métodos. Como él mismo lo comenta:

“Cuando se revisa cualquier reporte de investigación convencional (...) lo que existe como marco teórico o conceptual es simplemente una descripción de datos obtenidos de investigaciones anteriores que el investigador, por razones que no siempre son evidentes, consideró como conocimientos adecuados para justificar su estudio” (p. 55).

Es decir, hay un riesgo latente de que tras la fórmula positiva se intenten replicar estudios en latitudes culturalmente muy distintas, ignorando las condiciones de producción del objeto y escondiendo las condiciones y justificaciones epistemológicas que han guiado la elección de métodos, técnicas y herramientas en la supuesta producción de datos. Esto no sólo lo deja sin identidad y contexto socio-histórico, sino que también deslinda al investigador de las obligaciones contraídas al presentar a la comunidad académica lo que supuestamente estudió.

Para Orozco de nada sirven estas investigaciones en tanto no contribuyen a la transformación de la práctica; de otra manera, se dedican a describir los efectos de la televisión (por ejemplo) sin pensar (y ya ni se diga de proponer) esquemas educativos y científicos para revertir la situación. De ahí que recalque que en el proceso de investigación siempre debe estar presente un acto de reflectividad entre el investigador y el objeto de estudio.

Esta idea, sin duda, se volverá clave en la conformación de la carrera académica de nuestro autor, pues en la mayoría de sus estudios posteriores estará siempre presente la investigación-acción como pilar epistemológico y como estrategia para intervenir en la educación desde la comunicación, que ha sido su principal preocupación histórica.

Las mediaciones institucionales

Ya en el segundo momento de este ensayo, que implica poner a andar las reflexiones comentadas sobre un tema particular, Orozco arremete contra la tradición epistémico-metodológica de los efectos directos para proponer una perspectiva más crítica e integral, al establecer que los mensajes de la televisión no son unívocos y que, por consecuencia, éstos no resultan tan determinantes en la conformación de ideas y prácticas en las audiencias infantiles y juveniles, poniendo frente al lector la importancia de adaptar las condiciones de investigación en los contextos reales de las audiencias y sus propias condiciones recepción.

Sin dejar de reconocer a la televisión como institución cultural, lo que va construyendo el autor es una visión de cómo otras instituciones sociales funcionan como “barreras mediadoras” que no sólo compiten con la televisión en la formación de socialización en niños y jóvenes sino que son éstas las que principalmente los dotan de los códigos culturales que les permiten decodificar y entender los mensajes emitidos por la televisión.

Para Orozco, la familia y la escuela, como comunidades primarias de interpretación y aprendizaje, son claves para mediar el papel más invasivo de los medios en las dinámicas cotidianas de los más jóvenes, dejando bien claro que pese a la invasión mediática “ninguna institución social, ni la familia, ni la escuela, ni los medios de comunicación ejercen una influencia monolítica en la sociedad” (p.59) y, por tanto, el proceso de socialización tampoco es producto autónomo de la actividad particular de alguna de ellas; por ejemplo, la familia es la encargada de preservar los valores; la escuela de educar y, finalmente, la televisión y los medios, particularmente los comerciales, de informar y entretener, si bien Orozco advierte que aún sin proponérselo, la televisión, desde su creación, tiene una fuerte injerencia en los procesos educativos.

Estas mediaciones múltiples sujetan a los receptores a una serie de condiciones socio-históricas específicas que no sólo vuelven complejo el fenómeno, sino también contradictorio, pues entre menos impacto tengan la institución familiar y escolar en los menores, mayor será la importancia de la televisión en sus dinámica, pero también al

contrario: a mayor mediación familiar y escolar, menor efecto en la producción de significados que deviene de los medios⁵. Tal como él mismo lo menciona:

“La familia, la escuela y la televisión en ocasiones se complementan y refuerzan, pero en otras, por sus condicionamientos concretos, orígenes y diversas posibilidades de realización de sus objetivos, tienden a contradecirse” (p. 63).

Así, la coexistencia compleja, conflictiva y en ocasiones contradictoria de la televisión, la escuela y la familia, como sugiere el autor, provoca (y más ahora que a la pantalla televisiva se le han venido a sumar diversidad de pantallas que no sólo son más pequeñas sino que a la vez son portátiles, personales e interconectadas) que tanto niños como jóvenes sean “sujetos de una múltiple y también conflictiva y contradictoria socialización” (p. 64).

Desde ahí la creciente mediatización de la vida social está provocando diversos cambios y conflictos en las dinámicas familiares y escolares, y Orozco identifica que uno de ellos reside en los “resultados” que se espera de cada institución social; es decir, los más jóvenes constantemente comparan los mensajes emitidos por cada institución con la información que adquieren de los medios, y esto a su vez genera otro conflicto porque modifica “el proceso” de cada institución al poner entredicho sus funciones, ya que los menores adquieren otro tipo de valores que no son los familiares y otro tipo de aprendizajes que no son aprobados por la escuela.

Pese a las mediaciones, como se habló párrafos atrás, los mensajes televisivos en muchos casos logran imponerse porque son capaces de ir más allá del “acto de ver televisión”, al volverse insumos y referentes de las relaciones sociales. Este proceso preocupa a Orozco porque sucede de forma tan implícita que muchas de las veces pasa desapercibido, de ahí que sea necesario rescatar cuáles son “los recursos” con los que debe contar cada institución social para generar resistencias (mediaciones) más certeras que permitan no sólo mantener sus funciones sociales (preservar los valores y educar) sino también usar las posibilidades emitidas por la televisión como un insumo para lograr esos mismos fines.

Para esto, aclara Orozco, será necesario entender que la “negociación de significados” no sólo ocurre a nivel institucional, pues lo mismo pasa y sucede con los receptores, ya que éstos también son capaces de mediar individual y culturalmente los significados propuestos por la televisión.

Con ello el receptor, como agente activo, no sólo negocia los significados televisivos sino que también los traslada a otras situaciones sociales⁶, esto le permite “re-apropiar y re-significar” lo visto por televisión en virtud de los fines personales buscados y en relación a los significados comunes que comparten las comunidades de interpretación a las que el receptor pertenece (familia, escuela, barrio, amigos, iglesia y ahora también las redes sociales por internet).

Por conclusión, Orozco quiere dejar bien en claro que ningún receptor se enfrenta con la “mente vacía” a la televisión, como se pensaba (y aún se piensa) en otras corrientes teóricas de la comunicación. Los retos que deja el autor en este ensayo (y al que él mismo ha dado respuesta en diversas investigaciones) son que más que pensar en los efectos se debe indagar en la comprensión de “cómo y por qué el receptor resiste o rechaza los significados que tienen a ser hegemónicos”, y también “hasta qué punto las modificaciones en las prácticas de una institución, principalmente familia y escuela, en su relación con el receptor facilitan o empujan a modificaciones en la relación que éste sostiene con la televisión” (p. 70).

Finalmente, lo que busca Orozco a lo largo del ensayo es buscar las bases sólidas para el diseño de estrategias y políticas de educación y comunicación tendientes a fortalecer la capacidad crítica de niños y jóvenes frente a la televisión.

Comentarios finales: la obra de Guillermo Orozco

Durante años el pensamiento comunicacional latinoamericano adoleció de una mala combinación de dos factores: intensa voluntad de cambio y esquemas miopes de acción. Durante la década de los sesenta y setenta, si bien es posible ver enormes aportaciones a la realidad latinoamericana desde las perspectivas de la nueva comunicación, buena parte de

sus reflexiones estuvieron sometidas a visiones macrodeterministas, basadas en el sobredimensionamiento de la agencia popular, la emancipación antiimperialista y los tecnologismos desmedidos. Teorías de la dependencia, comunicaciones para el desarrollo y pedagogías populares pusieron el ojo en la dominación económica y el imperialismo cultural de las grandes instituciones capitalistas producto de la modernidad, pero descuidaron los escenarios de los sujetos reales, no idealizados, cargados de contradicciones irresolubles y razones prácticas que se desprenden más allá de la activación ideológica.

Hacía falta una vuelta al sujeto y sus dimensiones cotidianas, y eso sucedería a finales de la década de los setenta y principios de los ochenta. Con estos nuevos tiempos llegaba una generación atenta a desmontar el papel de la recepción en los procesos de construcción de sentido diario de las audiencias, la interacción de las industrias culturales con las prácticas de consumo mediático masificado y la reconfiguración de los sentires populares en torno al melodrama, la telenovela y los géneros ficcionales. Tal como han afirmado los Mattelart, la realidad latinoamericana, vista desde sus ojos nativos, arrojó un original caudal de nuevos saberes, ayudando a construir pedagogías activas y detonar procesos de construcción de ciudadanía tan potentes como inimaginados en otras latitudes (Mattelart y Mattelart, 2005: 119).

Entre los mayores exponentes de esta generación se encuentra sin duda Guillermo Orozco, quien a partir de sus intuiciones sobre el papel de la televisión en los procesos educativos montó las bases de una educomunicación crítica que no sólo ha tenido fructíferos impactos en Latinoamérica, sino también en distintas partes del mundo, aportando aprendizajes tan importantes que lo inscriben hoy entre las figuras mundiales los estudios de recepción y educación para la comunicación.

Entre sus principales aportaciones destaca el *modelo de la múltiple mediación*, que describe los momentos de la televidencia como una concatenación de procesos que apenas arrancan a la hora de enfrentarse a la pantalla del aparato televisor (Orozco, 2001).

En sus posicionamientos, que tienen origen en la obra aquí reseñada, hace énfasis en ver a un televidente activo, en constante construcción y reconstrucción de sus propios referentes mediáticos. De aquí que la consigna sea *tel-e-videnciar* esos referentes, volverlos sensibles e inscribirlos en las prácticas de negociación que desencadenan ulteriores procesos educativos e interpretativos.

Con ello, Guillermo Orozco y la obra aquí reseñada nos han ofrecido los fundamentos en ciernes para la edificación de una pedagogía crítica de la telespectación, pero también una estrategia de emancipación al apuntar hacia una nueva forma de entender la capacidad de televidenciar y construir con ello las cimientos de una *educación para la vida*.

Bibliografía

Bandura, Albert (1976). *Social learning theory*. Nueva York: Prentice Hall.

Bandura, Albert (1996). *Teoría social cognitiva de la comunicación de masas* (89 – 126), en Jennings Bryant y Dolf Zillmann (Comps.) *Los efectos de los medios de comunicación*. Barcelona: Gedisa.

Bem, Sandra (1981). Gender schema theory and its implications in child development, *Journal of women in culture and society*, verano.

Fish, Stanley (1980). *Is there class in this text? The authority of interpretative communities*. Cambridge: Harvard university press.

Hall, Stuart (1980). *Encoding/Decoding* (51-61), en Paul Morris y Sue Thornton (Eds.), *Media Studies: A Reader*. Londres: NK University Press.

Jauss, H. R. (1982). *Towards an aesthetic of reception*. Minneapolis: University of Minnesota press.

Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili.

Mattelart, A. y Mattelart, M. (2005). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

Orozco, Guillermo (1987). *Televisión y producción de significados (Tres ensayos)*. México: Universidad Iberoamericana.

Orozco, Guillermo (2001). *Televisión, audiencias y educación*. Buenos Aires: Norma.

Orozco, Guillermo (2008). *Una Ciudadanía Comunicativa como horizonte de una pedagogía de las pantallas*, Ponencia en las Jornadas del Observatorio Europeo de la Televisión Infantil (Oeti), Barcelona, España.

Orozco, Guillermo (2010). *Audiencias ¿siempre audiencias?* Conferencia Magistral en el marco del XXII Encuentro Nacional AMIC 2010 ¿Comunicación posmasiva? México: AMIC y la Universidad Iberoamericana (junio).

¹ Candidato a Doctor en Educación (Univ. de Guadalajara, México), Maestro en Comunicación (Univ. de Guadalajara, México) y Licenciado en Periodismo y Comunicación (Universidad Autónoma de Querétaro). Coordinador operativo del proyecto Observatorios de Televisión en la Escuela (Coecytjal-Univ. de Guadalajara) e integrante del proyecto internacional Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva (OBITEL). micorreoformal@hotmail.com

² Candidato a Doctor en Comunicación (UNLP, Argentina), Maestro en Comunicación (Univ. de Guadalajara, México) y Licenciado en Comunicación (ITESO, México). Docente de la licenciatura en comunicación pública (Univ. de Guadalajara) e investigador titular de la asociación civil Televidencia A.C. (México). Correo: rgonzalez@iteso.mx

³ En esta obra, las propuestas teóricas de Guillermo Orozco están muy influidas por el modelo de *Encoding/Decoding* que ideó Stuart Hall (1980); en este modelo a grandes rasgos surge como una crítica al modelo lineal de comunicación (emisor-mensaje-receptor), pues a decir de Hall, la comunicación debía entenderse a partir del siguiente proceso: producción-circulación-distribución-consumo-reproducción, pues si ningún significado es adquirido, no puede existir el consumo y el efecto de determinados mensajes. Los significados, entonces, se obtienen mediante la encodificación de significados propuestos por los emisores y el proceso de decodificación que realizan las audiencias.

Tiempo después Guillermo Orozco abandonaría estas premisas, para situarse más en la comunicación como un proceso donde múltiples mediaciones convergen (no sólo las emitidas por algún medio) para la significación y producción de los significados.

⁴ Esta última etapa, posteriormente, se convertirá en el planteamiento de su “Teoría de las Mediaciones Múltiples”, teoría muy utilizada en Latinoamérica para entender los procesos de recepción de audiencias debido a su profundidad teórico-metodológica. Para saber más ver Orozco (2001).

⁵ Esta idea de las mediaciones múltiples y sus diversas conexiones con la educación formal, no formal o informal serán también determinantes en la visión teórico del autor, pues a partir de estas nociones construirá posteriormente sus nociones de cómo la edu-comunicación puede ser un elemento vital para entender los procesos de formación ciudadana (Orozco, 2008).

⁶ Sin aún advertirlo en este ensayo, Guillermo Orozco deja implícito lo que serán las bases de su concepto de “televidencia”, a la que entiende como el proceso de producción de significados que precede, sucede y antecede al momento de ver televisión.