

MEMORIA Y REALIDAD: UNA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA SOBRE EL RECUERDO DE LA FICCIÓN TELEVISIVA

Juan Menor Sendra

Dr. Juan Menor Sendra, Profesor Titular de Universidad (interino) de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos. Doctor en Sociología por la UCM.

Dirección:

Departamento de Ciencias de la Comunicación

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Universidad Rey Juan Carlos

Camino del Molino s/n

28943 Fuenlabrada

Teléfonos: 914888445; 914888397; juanjesus.menor@urjc.es

Abstract

This article presents the results of a qualitative research (38 focus groups) about the memories of the serial Dallas among the Spanish audiences of today. It questions the classical approach about “realism” as an “invisible style”, that is, a mode of of film practice designed to disguise itself as a man-made artefact. Dallas is not considered a description of real worlds because it went unnoticed. Instead, the perception of realism in a fiction has to do with its closeness to “social imaginaries”: it was the first time a corrupt world of “wealth and power” was shown

to the Spanish viewers. As a result, it is still felt as an example of what is going on in the “real” world of the news.

Resumen en castellano

Este artículo presenta los resultados de una investigación cualitativa acerca del recuerdo del serial Dallas en las audiencias españolas. Cuestiona la concepción tradicional del “realismo” como un “estilo invisible”, esto es, como una práctica narrativa diseñada para ignorar el proceso de producción textual. Dallas no describe el mundo real porque pase desapercibido como texto. La percepción del realismo de una ficción tiene que ver, más bien, con su cercanía a los imaginarios sociales: fue la primera vez que las audiencias españolas vieron un mundo corrupto de “lujo y poder”. Todavía se vive como un ejemplo de lo que sucede en el espacio “real” de la información

Key words: Audience, realism, soap opera, television

Palabras clave: Audiencia, realismo, serial, televisión

Introducción

El núcleo de este trabajo es una investigación cualitativa sobre el recuerdo de *Dallas* entre las audiencias españolas. ¿Por qué *Dallas*?

Dallas entró en la historia de la investigación de audiencias como objeto privilegiado para invertir la mirada *imperialista* de la concepción radical de la cultura de masas (Schiller, 1969). Ningún otro objeto cultural había logrado hasta la fecha convertirse en un objeto de dominio universal de una forma tan arrolladora como *Dallas*: logró ser, a principios de los años 80 el programa de más éxito de la televisión mundial y desde entonces no ha sido superado; y sobre ningún otro podría demostrarse de manera tan eficaz y concluyente que, a pesar de todo, *Dallas* podría ser objeto de lecturas distintas, casi opuestas, como si en el fondo “diese todo igual”, como si las audiencias estuviesen todo el tiempo “jugando” de manera intrascendente¹. Era además el prototipo de un programa escapista, que no se tomaba en serio por sus hipérboles. Por ello, decidimos explorar, justo al contrario, cómo a través de la serie se construye un sentido común compartido ambiguo, que puede dar lugar a diferentes estrategias personales (y, sobre todo, a diferentes aspiraciones de status), pero que define un mundo, un horizonte común de referencias que excede a *Dallas*.

Objetivos

El objetivo de este estudio es el de demostrar que *Dallas* fue leído en el recuerdo, cada vez más, como un espacio de realidad formado por comunidades pequeñas de lujo alejadas de los

¹ Este era, además, el propósito último del estudio de Liebes y Katz, dentro de la tradición liberal-pluralista americana (que pasaba por el Bureau, el funcionalismo y la teoría de los usos y las gratificaciones) y el motivo del entusiasmo de Fiske en grupo culturalista. Volveremos sobre este punto.

centros simbólicos visibles (de las instituciones oficiales) y que persiguen activamente la felicidad y el poder.

Eso supone, primero, que *Dallas* se lee fundamentalmente en clave referencial, es decir, que ese mundo existe y que *Dallas* fue casi un documental que nos lo mostró.

Segundo, supone una teoría de inoperancia de los centros simbólicos, de la desacralización de los espacios políticos, ya que el verdadero centro mundial está en los mundos de *Dallas* donde una realidad más poderosa que está *detrás* prevalece sobre los espacios institucionales visibles.

Tercero, *Dallas* es un marcador de la modernidad, a la que la etnosociología (Lamo de Espinosa) representa con la doble cara de Jano: por una parte es un mundo instrumental e individualista que destruye los vínculos, pero, por otra parte, es un mundo que nos proporciona un mayor conocimiento (la mayor visibilidad *democrática* de esas situaciones ocultas) y una mayor riqueza (el acercamiento aspiracional al *lujo* de ese mundo).

Cuarto, esa modernidad que *Dallas* simboliza es fundamentalmente inmoral, pero inevitable, por lo que la serie es también una metáfora de la separación entre moral y mundo.

Quinto, la verdadera ambigüedad de *Dallas* es la de un mundo que promueve las aspiraciones individuales simbólica y pragmáticamente, pero las deslegitima en términos morales, ofreciendo, de facto, a los individuos, diferentes estrategias de realización de los *dobles vínculos* en función de las oportunidades de la vida. Sexto, los horizontes comunes de referencia se adelgazan, pero la crisis del entretenimiento compartido (*Dallas* fue uno de últimos entretenimiento verdaderamente compartidos de los españoles) no equivale a la de los espacios referenciales de lujo y poder a los que representa.

Metodología

Cabe una etnografía de los contextos receptivos primarios, focalizada en el momento mismo de ver el programa, pero cabe también una práctica analítica centrada en el estudio de las elaboraciones discursivas. A su vez estas elaboraciones discursivas pueden ser de primer grado (el análisis conversacional, que hace del programa un *tema* tratado en los microcontextos locales de las audiencias cuando no están viendo la televisión, pero hablan cotidianamente de ella). También hay elaboraciones discursivas de segundo grado, que serían los contextos contruidos *ad hoc* en los que se desenvuelven los grupos de discusión y que pueden tratar también de la televisión que ven los participantes. Pero, pasado el tiempo, tras un curso de la vida en el que se mezclan las múltiples circunstancias biográficas, sociales y programáticas de las audiencias, el discurso sobre el recuerdo de una serie no deja de ser una elaboración discursiva de tercer grado.

En nuestro caso, partimos siempre de las elaboraciones discursivas de segundo y de tercer grado. Nuestra práctica analítica consiste fundamentalmente en el seguimiento contextualizado de los discursos de las audiencia españolas acerca de *Dallas* en tres momentos en el tiempo.

Para el primero (1982-1985) nos hemos limitado a tomar los comentarios y observaciones realizados por el equipo encargado del programa de la Investigación Cualitativa Continua de Televisión Española, que llevaron a cabo miembros de la escuela de Jesús Ibáñez

(especialmente Alfonso Ortí)². En un segundo momento (1989-1992) dispusimos de los grupos mismos, igualmente diseñados dentro del programa de la Investigación Cualitativa Continua. En un tercer momento (1998-2000) partimos de grupos realizados por el autor con la colaboración de Perla Haimovich. En total (segundo y tercer momentos) dispusimos de un abanico de 38 grupos de discusión, de composición muy variada³.

1. LA MEMORIA COMO CONSTRUCTORA DE REALIDAD

Toda investigación social carece de la capacidad de la investigación experimental de “congelar” y controlar la intervención de las diferentes variables (de ignorar de facto el principio de incertidumbre, los paradigmas y todos los supuestos institucionales del quehacer científico). El riesgo de la investigación de audiencias es responder a las críticas positivistas

² La historia de la investigación cualitativa en España es grandiosa y ha sido recogida recientemente en un libro publicado por Bernabé Sarabia y Juan Zarco. Sarabia y Zarco conceden un lugar de honor a los cualitativistas madrileños que se unieron, definieron y formalizaron en el Centro de Enseñanza e Investigación Sociológica (CEISA), que pasó a denominarse Escuela Crítica de Ciencias Sociales. Este centro fue impulsado y animado en 1968, en un contexto político y universitario difícil, por José Vidal-Beneyto (Sarabia y Zarco, 1998: 65-67). Dentro de CEISA, Jesús Ibáñez es el gran impulsor de lo que posteriormente se vino en llamar la Escuela de Cualitativismo Crítico de Madrid. Tras el cierre de CEISA, el impulso cualitativista se desplazó sorprendentemente hacia el ámbito comercial: pero fue una investigación comercial muy atípica, única. Manteniendo el espíritu (y los cualitativistas) de CEISA, las industrias españolas de consumo recibieron un asesoramiento de lujo: fundamentalmente el del equipo cualitativo de Eco, que luego pasó a trabajar en Alef; es decir, el grupo impulsado por Jesús Ibáñez, y en el que se integraban Ortí, de Lucas, Zárrega, Alvarez. Es este grupo el que origina lo que se denominó la Investigación Cualitativa Continua de Radiotelevisión Española: un seguimiento permanente no sólo de la programación sino también de la posición de los diferentes medios de comunicación y soportes entre la audiencia española.

³ Se utilizaron los criterios usuales de edad, sexo (aunque los jóvenes fueron unidos), nivel de estudios, hábitat y Comunidad Autónoma. En los grupos más recientes no había jóvenes (su suponía que no conocían la serie. El

congelando un único momento, un encuentro específico de un texto con una audiencia, para así superar la frustración que supone que el discurso de la audiencia sea inevitablemente una transposición de experiencias mediáticas que siempre está reorganizada en función de otras experiencias electrónicas y no electrónicas, y que con sus juegos de sentido exceden a *Dallas* y a cualquier producto simbólico de masas y lo convierten en *incontrolable* para la investigación social.

Esto explica la tentación de la investigación de audiencias de otorgar el máximo valor a la reacción y al sentido que los públicos dan a sus experiencias mediáticas inmediatamente después de su exposición a los productos simbólicos industriales. Es el caso de las técnicas audiométricas, pero también de la investigación *etnográfica* del momento de ver, o de la *cualitativa* de los grupos de discusión organizados inmediatamente después de ver.

La paradoja es que tampoco este aislamiento inmuniza contra los contextos y que, a veces, justo al contrario, fetichiza el objeto y devuelve una reflexión macrosociológica equivocada. Es el caso, por ejemplo, y aunque sólo sea un ejemplo, de la investigación de Hermes (1995: 493-506) que, pretendiendo hacer una "epistemología del día a día" y centrarse en las prácticas cotidianas, constata que la gente se preocupa, sobre todo, de sus cosas, de lo que tienen que hacer, y que dentro de su jerarquía de actividades, ver la televisión ocupa un lugar intrascendente y que, por lo tanto, el uso de los medios carece virtualmente de sentido. Cuando la realidad es justo al contrario, esa presencia dada por supuesta en el espacio privado de los hogares (Morley), que permite ver con comodidad el exterior (el esquema de

trabajo que aquí presentamos forma parte de una investigación más amplia sobre la televisión que será pronto publicada.

“privatización móvil” de Williams), es el punto de partida para empezar a analizar por qué lo intrascendente resulta necesario y por qué los espectadores, lejos de agolparse desordenadamente como parece sugerir la metáfora del flujo (Ridell, 1996: 557-582), ordenan y estructuran las significaciones televisivas.

La significación de la televisión se integra dentro de un marco mucho más amplio de los complejos tejidos simbólicos de la vida cotidiana de las gentes. Dentro de ellas, las diferentes culturas que anidan en el “hábitat de significación” del individuo van moldeando los mundos y jugando con los recuerdos. Nos parecía interesante ver, veinte años después, cuáles eran las significaciones que las audiencias atribuían a un producto como *Dallas*, que tuvo en su día un impacto popular tan considerable. El riesgo era que, habiendo transcurrido tanto tiempo desde el momento de la exposición, el objeto se hubiese evaporado y que, en su lugar, apareciese ahora un poliedro de significaciones irrelevantes. En su lugar, el sedimento de nuevas exposiciones mediáticas, de incontables presiones culturales y de infinitas posibilidades biográficas, nos deja un cuerpo de significaciones profundo, en buena medida asociado a la naturaleza ambivalente de la modernidad, que puede explicar, más que algunas teorías contaminadas de inmediatez, las razones del éxito de *Dallas* y la fuerza del modelo arquetípico del *poderoso moderno* que fijó JR y que hoy vive el imaginario popular en figuras reales⁴.

⁴ Tampoco las investigaciones sobre el recuerdo están inmunizadas contra el riesgo de olvidar las significaciones culturales profundas. Como ha señalado Morley, lo importante no es el recuerdo de los contenidos específicos, sino las definiciones que quedan del orden de las cosas. Morley ha criticado algunos estudios de audiencias que, tras comprobar que, vg, después de ver un informativo, los espectadores eran incapaces de recordar incluso una noticia al día siguiente, inferían por ello que el contenido era indiferente a los seguidores del noticiario y que, por lo tanto, el acto de verlo era un mero ritual sin efecto. Según Morley, recordar poca información específica no implica que no se retengan definiciones del orden de las cosas (Morley, 1996: 106-8)

Pese a la caducidad semántica de los productos simbólicos de masas, la capacidad de *Dallas* de ser leído, tantos años después, como un relato sobre la realidad demuestra, más que la capacidad del texto en sí, la fuerza del núcleo sémico de la cultura de masas de nuestros días. El discurso de las audiencias (cualquier discurso de las audiencias) sólo es una transposición de experiencias mediáticas que está siempre reorganizada en función de otras experiencias significativas electrónicas y no electrónicas, y volverá a ser reorganizada en el curso del tiempo. No investigamos las audiencias sino las transposiciones de los sucesivos sedimentos de exposiciones mediáticas y no mediáticas a partir de un estímulo mediático concreto que es el *texto*. *Dallas* como producto queda lejos y no pretendemos encontrar el *verdadero Dallas*, la interpretación literaria más ajustada; sino conocer qué mundos de cultura compartidos son todavía reconocibles a partir de un texto que fue leído por casi todos; es decir, cómo *Dallas* ha sido utilizado como un vehículo para la autocomprensión y la comprensión de la realidad⁵.

Los contenidos mediáticos facilitan extraordinariamente el establecimiento de esas conexiones de memoria entre lo individual y lo colectivo (Murdock, 1995: 18-19), y los Grupos de Discusión constituyen quizás la técnica más apropiada para esta exploración (Alonso, 1998: 105).

⁵ Pensamos, como Luis Enrique Alonso, que la memoria, considerada fuente de inexactitudes y distorsiones, puede ser vista también como respuesta a una organización compleja entre lo individual y lo social. Se recrea el pasado en función del presente, y el presente en función del pasado; y, al mismo tiempo, los hechos colectivos se apropian individualmente y se insertan en una biografía. Este hecho biográfico es una agrupación cognitiva, una gestalt que enlaza individuo, grupo y cultura (Alonso, 1998: 70-1). La técnica del grupo de discusión activa precisamente las dimensiones más específicamente sociales “de lo que se recuerda y de lo que se olvida, de lo que adquiere un sentido compartido y de lo que de desecha”.

2. REALIDAD Y REALISMO: THE EXPORT OF MEANING

La teoría semiológica del realismo televisivo postulaba una especie de efecto de realidad unificado que provenía del uso de un conjunto de recursos formales, creados y desarrollados fundamentalmente dentro del cine clásico americano, trasplantados luego a la televisión. Lo que unificaba a este conjunto disperso de técnicas y convenciones era que se ponían al servicio de la producción de una sensación de naturalidad, un estilo de grado cero (Bondebjerj, Ib., citado por Langkjaer, 2002: 19), de tal manera que las audiencias pudiesen leer los contenidos mediáticos como si fuesen la realidad misma.

El *ilusionismo naturalista* implica, siguiendo el trabajo clásico de Bazin, que el modo de producción textual se hace desaparecer. Para la *Screen Theory* de los años 70 y principios de los 80⁶, el texto realista clásico, unido a unos modos de producción fordista (Bordwell, Staiger y Thompson, 1997), pretende ser una ventana hacia la realidad evitando cuidadosamente llamar la atención sobre sí mismo. Existen unas técnicas o formas narrativas que, convenientemente utilizadas, activan en las audiencias unos dispositivos de reconocimiento de “lo que es”, que simultáneamente le impiden advertir cómo operan los

⁶ Entre los culturalistas británicos ha hecho fortuna esa denominación, procedente de los críticos de la revista *Screen*. Pero es, en el fondo, la misma polémica que suscitó Pasolini en *Cahiers* a propósito del “cine de poesía”. O más atrás, las reflexiones de Bazin sobre la fotografía o las de Bretch sobre el teatro. Burtch sistematizó estas reflexiones bajo el “paraguas” del denominado “modo de representación institucional”.

mecanismos de construcción. La realidad “entra” porque se ignora el proceso de producción textual.

El análisis literario coincide en el hecho de que las *soaps* en general siguen fielmente estas convenciones realistas. Como dice López-Pumarejo, la telenovela es, fílmicamente hablando, la “versión más austera, pragmática y predecible del cine clásico de Hollywood” (1987: 91). Por ejemplo, la edición (momento peligroso en el que cada paso de toma a toma, cada elipsis amenaza con poner en evidencia las convenciones de la puesta en escena) se intenta hacer invisible, sin *saltos de eje* o cambios de puntos de vista que no vengán previamente avisados⁷. También es el caso de los movimientos de cámara, que sólo resultarán admisibles si están motivados por los movimientos de los personajes, pero sin que nunca el movimiento en sí provoque la atención del espectador por encima de lo que acontece, del relato que se coloca en una posición *objetiva*, de *realidad*⁸.

⁷ Por ejemplo, la mirada subjetiva entre dos tomas objetivas es admisible sólo en un contexto que haga absolutamente nítida la situación, vg. si un personaje mira un cuadro y a continuación se muestra el cuadro, pero volvemos inmediatamente al personaje y recuperamos la posición omnisciente.

⁸ En todos estos ejemplos, es patente la misma preocupación de la narrativa clásica por evitar que la sintaxis distraiga de la semántica, sólo que en Dallas se lleva a un punto extremo muy cercano al de la soap femenina de daytime. Pero el motivo principal de este relativo empobrecimiento técnico es la reducción de las posibilidades narrativas derivada del peso de los aspectos más discursivos y emocionales, como corresponde a los géneros femeninos.

En su análisis de Dallas y de otras soaps de prime time, López-Pumarejo destaca cómo la diégesis telenovelesca descansa sobre el uso abusivo del primer plano y del plano medio, estrategia que parece destinada a la focalización de la atención hacia la expresión facial y a la posición que mantienen los conversantes entre sí en escena.

En Dallas, el uso extremo de los close-up de caras acentúa la autenticidad de la confrontación emocional. Y, junto a un primer plano intenso, después de una dura confrontación verbal plano-contraplano, Dallas no inventó pero sí usó y abusó de un truco: un pequeño momento de silencio mientras se aguanta el primer plano. Toda una realización efectista encaminada a dar intensidad emocional a la narración. "Following and exaggerating a connection of daytime soaps, Dallas and Dynasty typically hold a shot on screen for at least a "beat" after the dialogue has ended... [this] leaves a residue of emotional intensity just prior to a scene change or commercial break" (Feuer, 1984: 10-11).

Siguiendo el planteamiento de Feuer, Dallas continúa una tradición narrativa femenina muy antigua. Y ello es realmente sorprendente porque en la historia de los formatos televisivos, la limitación de las posiciones y de los movimientos de cámara en las soaps se venía considerando una consecuencia de las limitaciones presupuestarias

El intento más celebrado y conocido de exportar la teoría semiológica del realismo televisivo (salvando a Bourdieu, 1998)⁹ provino paradójicamente de dos autores, Liebes y Katz, que utilizaron los argumentos de los semióticos y el aparato de los Cultural Studies para

lógicas de los productos ubicados en las parrillas de programación en los horarios menos exigentes. Pero en realidad, como dice Geraghty, los condicionantes económicos se han sobrevalorado y los aspectos estéticos (las exigencias del tono emocional de la narrativa) juegan un papel muy importante.

Es indudable que Dallas fue una producción cara. Eso se advierte en el vestuario, los decorados, la iluminación... Dallas debía representar un mundo de lujo, y los productores apenas escatimaron para intentar dejar en las audiencias un efecto de fascinación, de entrada en un escenario de riqueza. El contraste con las soaps de daytime no podía ser en este sentido mayor: las soaps venían siendo el prototipo de una producción muy barata, ya que todas las grabaciones tenían lugar en los estudios en tiempo casi real, con lo que se ahorran todos los costes de edición y los derivados del uso de exteriores. Todo lo contrario que Dallas.

Y, sin embargo, Dallas fue técnicamente una serie muy poco creativa. Como señala Geraghty, la secuencia en la que se organizaba la entrada en la narrativa era siempre idéntica; pobre y poco innovadora, añadimos nosotros: un plano general exterior, que fija el lugar; un plano interior largo, en el que apreciamos el escenario y vemos los vestidos de los protagonistas; y finalmente, los close-up alternados de los protagonistas, en una escena que, casi seguro, será discursiva (Geraghty, 1990: 25-38).

En Dallas hay muy poca acción. Los personajes no se mueven. Y, sin embargo, desde el punto de vista formal, hay una cierta sensación de dinamismo. Las cámaras enfocan a los distintos personajes que mantienen una conversación, y la realización cambia de planos cortos a largos, de un personaje a otro, de un único personaje a varios. Y, mientras se producen todos estos movimientos, todos los intervinientes en la escena suelen permanecer en la misma posición. Tampoco se exploran otros espacios posibles dentro de la misma escena, ni hay zooms. Pero hay un montaje extremadamente dinámico dentro de escenas esencialmente estáticas y discursivas.

La realización apenas sale del conjunto de movimientos que la teoría de los géneros considera comunes a todas las telenovelas: la insistente utilización del primer plano, la frecuente alternancia de campo-contracampo y la vivacidad narrativa (con un montaje que privilegia los planos muy breves). También el tratamiento del tiempo es simple y convencional, con poco uso del flashback y un señalamiento claro del paso de un día a otro, ya sea mediante efectos, ya sea a través del uso de la célebre escena recurrente del desayuno como un marcador del tiempo; lo que hoy las audiencias de mayor competencia cultural y las más educadas en la cultura de masas considerarían redundante, innecesario y anticuado.

La mayor parte de estos elementos formales pasaron de Dallas a las siguientes supersoaps con diferencias sólo de matiz, aunque la tendencia fue en la dirección de un mayor dinamismo (que se trasladará especialmente hacia los culebrones juveniles) pero siempre dentro del mismo esquema estético dominado por los imperativos de lo discursivo y de lo emocional.

Pero si decíamos que Dallas aportó importantes novedades al mundo de la teleserie, hay un aspecto que quedará para siempre asociado de forma muy especial a la serie y que ninguna heredará con el mismo dramatismo. Dallas llevó a su máxima expresión una de las paradojas de este tipo de programas: pese a trazar múltiples historias, como estrategia comercial para mantener varias vías de enganche de la audiencia y mantener un casting barato y poco exigente, acabaron dependiendo de personajes estables; de ahí que, v.g., cuando los guionistas mataron a Bobby y la audiencia cayó, se limitaron a hacerlo volver. Y de ahí que el JR actor acabase teniendo un cheque en blanco del que no disponía ni el JR personaje.

⁹ Su tesis sobre los gustos populares semánticos (que por ello no “distinguen”, 1998 (e. o.1979)) debió inspirar a Liebes y Katz.

“rearmar” a la que Curran ha denominado “narrativa liberal” sobre los medios.como espejo fiel de la sociedad (2005: 142)¹⁰.

La obra de Liebes y Katz sobre *Dallas* es muy ambiciosa. Se proponen analizar las decodificaciones de seis grupos étnicos diferentes de tres países distintos. En concreto, estudian a americanos de Los Angeles, a japoneses y a cuatro diferentes comunidades residentes en Israel, rusos recientemente llegados al país, árabes, judíos marroquíes y miembros de un kibbutz. Aplicaron la técnica del *focus group* mientras se producía el visionado de la serie. El sistema consistía en que grupos homogéneos de amigos se reunían en la casa de uno de ellos para ver el programa y seguir a continuación una discusión guiada por un profesional. Las entrevistas se hicieron en las lenguas maternas y se consiguió juntar grupos étnicamente homogéneos, aunque fue más difícil homogeneizar la edad y el nivel de estudios. En total analizaron 66 grupos de discusión diferentes¹¹.

Pero lo que pretenden Liebes y Katz con este despliegue detallado de diferencias, es mostrar la vigencia del Bureau, es decir, poner de relieve que dentro de la narrativa liberal es posible prestar atención a los textos (su análisis literario es excepcional)¹² y a la cultura: ya que precisamente por su estudio de las diferencias puramente culturales entre unas

¹⁰ Elihu Katz, que había colaborado muy activamente con Lazarsfeld y el Bureau, pudo ir comprobando cómo la dominación que la escuela americana había tenido en todo el mundo, sobre todo a partir de su concepción sobre los efectos limitados, estaba siendo erosionada en todos los lugares. Por otra parte, cuando después de años de silencio en la investigación de audiencia americana aparece la teoría de los usos y de las gratificaciones, que radicaliza el psicologismo y el utilitarismo implícito en el modelo, las críticas arrecian desde los estudiosos de los textos y las culturas. A esto se le suma el éxito de *Dallas*, que parecía demostrar que los efectos no eran tan limitados y que desde Estados Unidos se podía imponer a todo el mundo un mismo texto imperial.

¹¹ El tamaño de la investigación era, por lo tanto, impresionante. Pero lo verdaderamente ambiciosos eran los objetivos. Los autores desplegaron sus conclusiones en un número muy variado de artículos : Liebes, 1984: 46-72 Liebes y Katz, 1984: 28-32; 1986a: 187-198; 1986b: 151-171; 1993, 1996:113-125; 1997: 145-168; 1986: 151-171.

¹² Es primordialista, en torno a la familia y la creación del mundo, tomando el Génesis como modelo.

audiencias¹³ y otras es posible demostrar, por una parte, como dice Schroder, el peritaje cultural de los públicos populares (1997: 113) y, por otra revelar el carácter finalmente inofensivo de *Dallas* y del ocio industrial de masas.

La ventaja con la que se encontraron Liebes y Katz es que los analistas culturales marxistas ya habían señalado que junto a textos monolíticos con sentidos preferidos fuertemente marcados, existían otros inherentemente polisémicos (*Dallas* y las *soap* fueron aportadas como ejemplos). Ello dio lugar a un continuo texto-audiencia con dos extremos representados por lo que Abercrombie ha denominado "Posición de Texto Dominante" (audiencias pasivas prisioneras de los textos cerrados y de la ideología dominante) y "Posición de Audiencia Dominante" (textos polisémicos que llevan a lecturas de oposición que resisten la ideología dominante) (Abercrombie, 1996; Abercrombie, Hill y Turner, 1987; Abercrombie y Longhurst, 1998). En la práctica, el populismo de los Estudios Culturales daba prioridad a la llamada "actividad de las audiencias", a los núcleos de resistencia (De Certeau, 1984; Scott, 1990). Dicho de otra forma, los marxistas usaban ahora el modelo codificación/descodificación (Stuart Hall, 1980: 128-138) en un sentido que parecía recordar la teoría de los efectos limitados, enfatizando, como los liberales, qué hacen las audiencias con los medios frente al punto de vista opuesto de qué hacen los medios con las audiencias.

¹³ En su introducción de 1993 a *The Export of Meaning* arremeten de forma explícita contra la retórica de la "aldea global". Por ejemplo, un elemento central del estudio (capítulo 5) consistía en hacer contar el episodio a los participantes como si se lo fuesen diciendo a un amigo ausente, y esto les permitió ir comprobando algunas de sus tesis centrales: así los árabes recrean los episodios de una manera lineal, sobre una base escena por escena. Sin embargo, los americanos pasan directamente a describir segmentadamente a los personajes. A diferencia de unos y de otros, los rusos ignoran la narración y los personajes y explican el mensaje. Lo que en Barthes son los niveles funcional, indexical y paradigmático de la narrativa se transforma en tres formas culturalmente distintas de contar lo visto y, por lo tanto, de leer *Dallas*, que corresponden a su vez a tres formaciones sociales diferentes.

Por eso la situación paradójica es que, desde el trabajo de Liebes y Katz, ambos paradigmas parecen confluir. Mientras que los marxistas se preocupan por los usos de las audiencias, el giro que da la investigación del Bureau hacia el problema de la significación, trae un nuevo interés para los textos (el estudio de Katz y Liebes sobre *Dallas* representa el momento central del giro) y ello ha hecho resurgir el tema de la actividad de las audiencias desde posiciones a veces sorprendentemente próximas a las de los estudios culturales¹⁴. De hecho, Fiske (1995: 71, 77-79, 90, 124-5, 175-6, 306-7, 313, 315, 320) usó en reiteradas ocasiones el estudio de Liebes y Katz en apoyo de su adscripción a la Audiencia Dominante, inaugurando para otros una nueva corriente¹⁵, la del “*reception analysis*”.¹⁶

Pero la verdadera genialidad de la obra de Liebes y Katz está en lo que Corner (1998: 137-138) ha denominado “la interacción de la referencialidad y del juego discursivo”.

¹⁴ El paradigma cultural, al exigir la centralidad del estudio de los procesos de significación, ha tendido a dar importancia al estatuto activo (y por ello potencialmente crítico, de *resistencia*) de las audiencias como *descodificadoras*. La investigación de la recepción que iniciaron Liebes y Katz ha venido prestando atención precisamente a la autonomía del telespectador en la producción de sus propios significados. Las diferencias son sólo de matiz: el estudio de los procesos de significación ha pretendido luchar contra la idea de que los textos se imponían a los públicos, y por ello ha puesto de relieve la autonomía de las diferentes audiencias en la construcción de significados muy diversos a partir de un mismo material significante, aunque Fiske (1995) sigue viendo en el texto el único lugar de clausura, mientras que lo social (el lugar en el que se producen las lecturas) está condenado al flujo y a la diversidad. Liebes y Katz, sin embargo, parecen más partidarios del punto de vista de que existen varias referencialidades, de que puede haber clausuras de sentido distintas desde mundo distintos, si bien su propio análisis literario de *Dallas* como texto primordial parece partir de la idea de un mundo invariante básico de *Dallas*, punto de vista que no se nos antoja tan diferente del de Stuart Hall y de los británicos marxistas, sólo que en un caso la codificación se pone al servicio de un núcleo sémico universal, mientras que en otro sirve sobre todo a los intereses y a la ideología dominantes.

¹⁵ Los propios Liebes y Katz se refieren de forma directa a la naturaleza activa de la audiencia y aseguran (por ejemplo, al comienzo del capítulo 3) que su propósito central es demostrar cómo las formas especiales que asume esa actividad, la manera en la que los distintos públicos se implican con *Dallas*, varía en función del tipo de entorno cultural que traen al momento de su exposición al producto simbólico de masas. Este culturalismo, unido al uso frecuente de categorías procedentes del análisis literario, explica que algunos autores resultasen tan incapaces de ver el verdadero intento de Liebes y Katz de ampliar y reforzar el paradigma de Lazarsfeld.

¹⁶ Parecía tan novedosa la manera de articular la tradición americana con el marxismo cultural y la semiótica que algunos pensaron, a nuestro juicio equivocadamente, que sus trabajos sobre *Dallas* inauguraban una nueva corriente, la del “*reception analysis*”, a medio camino entre los estudios culturales y la reader-response theory que surgió dentro del campo de los estudios literarios. Jensen y Rosengren, 1998: 342.

Permítasenos por un momento detenernos en este sutil ejercicio. Influidos por los analistas literarios y por los culturalistas, pero dotando al concepto de una perversa variedad, Liebes y Katz prestan una especial atención a la *crítica*. Para ello, y siguiendo la tradición del análisis literario, la contraponen a lo referencial, que correspondería a todas aquellas alusiones que sobreentienden que el marco dentro del cual opera el programa pertenece a la realidad, es decir, que se habla de los personajes y de las situaciones como si fuesen reales, suspendiéndose la incredulidad. Frente a la naturaleza referencial de algunas de las reacciones y discursos de los públicos, se encuentra la *crítica*, entendida como la capacidad del espectador de hablar distanciadamente de los programas como *textos contruidos*, pudiendo así reconocer y definir géneros, modelos, esquemas... o incluso motivos y mensajes más profundos. Las principales categorías que pueden definir esta *crítica* son tres tipos de juicios:

- **Aspectos Semánticos:** el espectador percibe el texto como una construcción en el aspecto semántico, es decir, en lo referido al tema, al mensaje...
- **Aspectos Sintácticos:** el espectador percibe el texto como una construcción en el aspecto sintáctico, es decir, en lo referido al género, las fórmulas...
- **Aspectos Pragmáticos:** cuando el espectador es consciente de procesar *Dallas* desde su yo cognitivo, afectivo y social, y entra en un juego reflexivo en el que el programa, utilizando expresiones muy distintas de las Liebes y Katz, se pone al servicio de la autoconstrucción de la identidad personal.

Liebes y Katz señalan que los grupos se sirven del programa de un modo predominantemente *referencial*, esto es, como si tratase sobre todo de la vida real, como

veremos que harán las audiencias españolas. La mayor parte de estos enunciados referenciales incluyen, sobre todo, lo que Liebes y Katz denominan motivaciones para la acción, pero también, y de forma especialmente destacada entre los grupos árabes, asuntos relacionados con los roles y normas del parentesco.

Pero es en contraposición a este mundo real cuando interviene, si bien que de forma subordinada y minoritaria, el enfoque *crítico*, aunque en conjunto, los enunciados *referenciales* superan a los *críticos* en un proporción de tres a uno. Para Liebes y Katz la diferencia cultural más importante que existe es la diferente importancia relativa de lo referencial y de lo crítico en unos y otros grupos. Los enfoques *críticos* son mucho más importantes en los grupos occidentales (cerca del 30%) que en los árabes y marroquíes (donde no superaban el 10%), diferencia que se mantiene si lo que comparamos es el nivel de estudios¹⁷

¹⁷ Entre los menos letrados, los enunciados críticos provienen de los grupos occidentales. Puede parecer, a primera vista, que si en los enunciados referenciales lo que predomina es la carga afectiva, los críticos sean más distantes, pero la dimensión caliente-frío constituye un eje independiente, por lo que también se dan las situaciones inversas, esto es, enunciados referenciales burlones, y reacciones apasionadas en lo crítico (sobre todo en lo semántico).

Tras una tabulación puramente aritmética de los enunciados, que resulta estadísticamente abrumadora pero pudiera ser cualitativamente discutible (dado que no todos los enunciados críticos tienen el mismo peso; en algunos casos podrían servir para estructurar significativamente el discurso, a pesar de un mayor peso numérico de alusiones referenciales menores, etc.), cabe encontrar una vía adicional para reforzar las conclusiones obtenidas realizando una indagación específica en un tema concreto semánticamente denso. Para comprobar si esta mera distribución socioestadística puede generalizarse, Liebes y Katz analizan complementariamente la respuesta a una pregunta ad hoc: "¿Por qué hay tanto escándalo por los bebés?". De nuevo, dividen las respuestas en referenciales (como podría ser el caso de los enunciados que recuerden la importancia de los herederos en las dinastías) y críticas (por ejemplo, una estrategia de los guionistas para que los padres puedan pelearse). De este modo, los enunciados referenciales hablan de la función de los bebés en la vida, y de su función para los personajes del relato, como si éstos existiesen en realidad. En lo que se refiere a los críticos, estos enunciados se refieren a su relación con los realizadores y los guionistas. Lo interesante es que volvemos a ver que los grupos occidentales proponen de nuevo más enunciados críticos, marcando ahora claramente los norteamericanos su preferencia por este tipo de enunciados (casi seis veces más que los marroquíes), justo al revés que los árabes, que casi no dan este tipo de explicaciones. De nuevo, los espectadores más instruidos son los que proponen enunciados mayoritariamente críticos, aunque las diferencias étnicas son las más importantes.

Para árabes y rusos, el programa muestra la degeneración del capitalismo, aunque los rusos no tienen claro que la representación sea correcta, de modo que los árabes atribuyen los males del mundo moderno a una causa moral y los rusos a una política. Los árabes creen encontrar varias razones para disociarse de *Dallas* (su estadio modernizador es diferente, lo occidental se asume como lo colonial, el capitalismo amenaza lo tradicional...), en tanto que algunos rusos no dejan de preguntarse si acaso el texto no es en sí crítico con Occidente y su Sistema, lo que haría de él un texto *socialista*.

El tema más percibido en *Dallas*, la desdicha de los ricos, puede leerse como una conclusión del espectador o como un mensaje de los productores. Los rusos van más lejos y atribuyen además a éstos una voluntad de manipulación (se presentan a los millonarios como infelices), lo que supone la intervención de tres niveles temáticos: el *referencial* (los espectadores extraen el tema del programa); un segundo nivel en el que el espectador reconstruye los objetivos del realizador en cuanto al mensaje; y un tercero en el que el espectador sospecha que el realizador quiere engañarlo.

Pero mayor interés aún que esta distinción general entre lo referencial y lo crítico, es el modo en el que Liebes y Katz descomponen lo crítico según los campos semántico (el fondo), sintáctico (la forma) y pragmático. Así, descubrirían, por ejemplo, que árabes y rusos dan más importancia a lo semántico, justo al revés de lo que hacen los norteamericanos.

El enunciado crítico más cercano al realismo presupone un despeje inmediato del tema general del relato. Así, para quienes el programa refleje la maldad del mundo moderno, JR existe realmente y Dallas es algo así como un documental. Por contra, el espectador crítico, aún a un nivel muy elemental, sabe que el programa es diferente de la realidad y busca ver en qué puntos ambos conectan.

Por lo que respecta a los norteamericanos, éstos tienden a resistirse a la identificación de los mensajes: además de subrayar pocos mensajes, pretenden que *Dallas* no contiene ninguno, que es sólo un espectáculo.¹⁸

Los enunciados *críticos* referidos a lo sintáctico se refieren a la comprensión de los elementos que componen un género y a la naturaleza de sus convenciones. Gran parte de los enunciados críticos israelíes (y la mayoría de los norteamericanos) responden a este campo, considerándose, por ejemplo a *Dallas*, desde una perspectiva comparada, como un melodrama¹⁹.

¹⁸ Cuando finalmente admiten que hay tema, aseguran que éste sólo será percibido por espectadores extranjeros, que no saben que el programa es un puro divertimento. Pero es que incluso cuando perciben mensajes, los norteamericanos le atribuyen siempre una intención pedagógica, por lo que se ve de un modo claro que los norteamericanos son menos críticos en este sentido puramente semántico que el resto.

A medio camino entre lo semántico y lo sintáctico, reflejando, por otra parte, la atención que prestan a los elementos primordiales de la serie (y que describimos en el capítulo 5), Liebes y Katz se interesan por un tipo especial de crítica, aquéllas que se organiza sobre lo arquetípico, que es un nivel más elevado y sofisticado de crítica temática, en el que las generalizaciones sobre el relato se refieren a la percepción previa de un tema subyacente que relaciona textos o hechos. Pues bien, esta forma de crítica aparece poco en los textos (un par de veces con políticos zonales), apareciendo más veces rivalidades fraternas clásicas, aunque no referidas necesariamente a los personajes bíblicos... De un modo extremo, esta crítica por arquetipos hace del realizador un instrumento inconsciente de perpetuación de mitos eternos, pero es un enfoque que está a caballo de lo semántico y lo sintáctico: en cuanto que habla de temas, es semántico, pero como estudia secuencias repetitivas de un género identificable, remite a lo sintáctico. Es curioso que los espectadores presten poco atención a estos aspectos, que serán centrales en el propio análisis literario de Liebes y Katz.

¹⁹ Aunque los israelíes nunca han visto una soap opera, dan unas definiciones muy precisas del género, y señalando su característica central de historias que no acaban nunca, ejemplifican el objetivo de los productores de textos de atrapar al espectador. Empero, los japoneses aseguran que sólo son fieles a una serie si al acabar cada episodio los personajes están razonablemente satisfechos (el home drama nipón dura en torno a las dos horas y acaba en un clima de armonía, frente al paroxismo de *Dallas*), pues no pueden soportar que la falta de armonía familiar se arrastre de una semana a otra.

Como forma de demostrar la pericia sintáctica de los grupos, Liebes y Katz toman el análisis de Thorburn del melodrama televisado: la tensión es constante, lo mismo que la carga emotiva, dando el tono dramático la cascada constante de crisis, conclusiones parejas a las que llega un grupo de Kibutz y uno ruso, poniendo el acento en que la historia siempre es la misma.

Los norteamericanos insisten también en las tretas para conseguir audiencias, como los célebres cliffhangers; y si bien tienden a clasificar a *Dallas* como soap, algunos insisten en que escapa a las convenciones del género, sobre todo por la personalidad monstruosa pero dual de JR, sin el que *Dallas* sería un melodrama de segunda fila. También se subraya su parecido con otras series y sagas, ligadas a otros ambientes más (El Padrino) o menos (la saga de Giant) lejanos. Es significativo, también, que a veces se asimile *Dallas* a géneros de la cultura propia o a referentes literarios de la cultura universal: así, los rusos evocan las obras de Tolstoi, los

Una última dimensión analítica de Liebes y Katz es la que denominan crítica pragmática, que hace referencia a la naturaleza y a las causas de la propia implicación frente a las dimensiones semántica y sintáctica del relato²⁰.

Es importante recordar que Liebes y Katz señalan reiteradamente que, excepto los japoneses, los grupos tuvieron un comportamiento más *referencial* que *crítico*, y aquéllos en los que predominaba éste, el enfoque de los textos era sobre todo realista. También insisten en que adoptar un registro crítico no implica de modo necesario un modo frío de acercamiento

japoneses se fijan en las de Chejov.... señalando de un modo atinado que los personajes de Dallas parecen colgados del vacío, en el sentido de que ni envejecen ni cambian.

El análisis de las funciones dramáticas incita el mismo tipo de capacidad crítica. Así, algunos espectadores japoneses reconstruyen el primer episodio sobre los que consideran son los dos grandes héroes de la serie, que ofrecen claves para leer la historia: una fuerza interna, JR, que busca el progreso de la familia desde el interior; y una externa, desde el exterior que es Pamela y que supone el triunfo de lo espiritual sobre lo material...

Son los norteamericanos los que más inciden en la relación entre el relato y el espectáculo, siendo por ello conscientes de que detrás de las idas y venidas hay también intereses publicitarios, de modo que se relaciona el intento de suicidio de Pamela con su contrato. Así, cuando se les pide que imaginen un final, los norteamericanos proponen una catástrofe, mientras que el resto de grupos piensa que acabará bien para todos, o que los malos se llevarán su merecido. De este modo, parece que los norteamericanos piensan que no es posible detener la historia por medio del propio relato, sino que se necesita una intervención externa al mismo, asegurando que los cliffhangers son un mecanismo para mantener enganchados a los espectadores durante el verano. Frente a ello, los rusos aparecen mucho menos informados de lo que ocurre entre bastidores, aunque sí que intuyen que algo pasa, sospechando acerca de un posible control ideológico en la serie.

Vemos pues que los norteamericanos aventajan a todos los espectadores en lo que se refiere a los enunciados críticos, siendo los más sensibles a los matices del género (por qué Dallas es un melodrama). Aunque los rusos están también sensibilizados con lo sintáctico, pero su énfasis se va más hacia la deslegitimación formal del relato.

²⁰ Los norteamericanos asumen la naturaleza de los personajes, a los que identifican con los actores que les dan la vida, quizá por la similitud de los problemas que ellos tienen con la que aquéllos plantean. Los espectadores aseguran que el género, como tal, provoca la implicación del espectador, enganchándolo. Esta función participativa es conocida desde los primeros estudios de los seriales radiofónicos, aunque el verdadero interés de este tipo de comentarios estriba en la creación de un lazo reflexivo entre el texto y la definición que hacen los lectores respecto de sus propias experiencias, en un juego que podríamos denominar utilizando una terminología muy diferente de la de Liebes y Katz de coconstrucción paralela del texto y del yo. Así, el espectador no es sólo un receptor, sino que utiliza al serial y a sus personajes y sabe que lo hace. Además es un guionista que apuesta sobre los resultados de cada capítulo, siendo así Dallas un juego de azar en el que posible adivinar las soluciones que finalmente se dan a los distintos enredos. Pese a ello, las audiencias más tradicionales se niegan a jugar a esto e insisten en que cuando ven la televisión, sus convicciones morales predeterminan sus reacciones: así, los árabes hablan de modo constante de un nosotros y de un ellos; o los propios japoneses, que tienden a explicar su

a los textos, sino que muchas veces va acompañado de reacciones intensas y a veces indignadas. Un acercamiento frío puede ser tanto referencial (lúdico) como crítico (estético), al igual que una reacción apasionada puede producirse en el plano referencial (cuando se trata de una respuesta moral) y en el crítico (la oposición ideológica). Por último, que la crítica no inmuniza contra el texto y su posible influencia. Que cada tipo de oposición crea una forma de blindaje pero también de vulnerabilidad. Por ejemplo, una oposición moral se toma el mensaje en serio, mientras que una oposición puramente lúdica corre el riesgo de “cortar todos los puentes con la realidad”.

Sin embargo, el énfasis de Liebes y Katz en oponer lo referencial y lo crítico como dos dimensiones necesariamente separadas merece de una atención algo mayor. A pesar del interés que ponen en recordar el peso de lo referencial en los grupos, de su análisis sí parece deducirse una especie de estatuto superior de las lecturas críticas. Pero precisamente lo que va a poner de relieve el estudio de las audiencias españolas es que estas dimensiones pueden no ser en absoluto opuestas. Liebes y Katz hacen mención al carácter sintácticamente crítico de los públicos norteamericanos y mencionan (pero luego no le prestan mucha importancia) que esto acaso pueda explicarse por la mayor experiencia de los occidentales con los medios, su mayor costumbre crítica, o incluso su mayor familiaridad con la sociedad que describen. Si los norteamericanos son más *críticos* ello quizá se deba a su mayor experiencia en los géneros. Pero esto es muy importante porque podemos simultáneamente aumentar nuestra

falta de interés por el programa en función de las diferencias culturales de su sociedad respecto de la norteamericana.

competencia cultural con la cultura de masas y tomar de facto los textos como si fuesen reales. Dicho de otro modo, lo crítico no crece necesariamente a costa de lo referencial²¹.

Desde nuestro punto de vista, Liebes y Katz aportaron sobre todo un método, pero sus conclusiones empíricas finales fueron, a pesar de la ambición y del número de grupos, dudosas. Es posible que demostraran que los americanos eran, junto con los rusos, los más distanciados, los menos implicados e interesados en los contenidos de *Dallas*, los más propicios a una lectura meramente lúdica y poco emocional. También Silj ha señalado la paradoja de que *Dallas*, citado como el ejemplo por antonomasia del imperialismo cultural americano, es un producto que la propia audiencia nativa no reconoce como sustancial y típicamente americano (1988: 51). Pero que los americanos sean capaces de obtener otras imágenes, más variadas, de su propia sociedad y que sean más competentes para encuadrar sintácticamente a *Dallas* dentro de la historia de un género producido en los Estados Unidos, no demuestra ni la infinita polisemia de Dallas ni nos ofrece un cuadro verdaderamente comprensivo de la reacción de los públicos en el resto del mundo²².

²¹ Paradójicamente, Liebes y Katz reprochan a Morley su asombro ante el descubrimiento de que determinados públicos críticos con la estética del programa *Nationwide* no se opusiesen a su ideología, aceptando así de una forma sospechosa los propios términos marxistas del juego entre texto e ideología, sin que se sepa qué significa aquí este último término, y poniendo de relieve el dato puramente tautológico de que ningún tipo de lectura, salvo el puramente ideológico (de oposición) previene de manera eficaz contra la ideología. Pero el problema no está ahí, sino en conocer en qué medida un tipo de enunciado crítico inmuniza realmente, pasado el momento cero de la exposición mediática, contra una comprensión referencial del relato, contra su incorporación como dato o información del mundo.

²² Además, como dice Silj, la pretensión de Liebes y Katz de considerar sus grupos como un microcosmos de la audiencia mundial es excesiva. A lo sumo, nos ofrece alguna variedad en las respuestas, sobre todo en el seno de la sociedad israelí, variedad que, como dice Silj, podría estar forzada por la excesiva estereotipación de algunos grupos, siendo el caso más claro el de los rusos, cuya nítida conciencia de clase y su consiguiente lectura ideológica de Dallas resulta extremadamente limpia, estandarizada, homogénea²². Nosotros en España vamos a encontrar una variedad infinitamente menor, aunque se dará, eso sí, el mayor peso de las oposiciones sintácticas entre los grupos de mayor competencia cultural.

Por último, el concepto de audiencia activa se ha hecho, tanto en los marxistas culturales británicos como en Liebes y Katz, también y desafortunadamente sinónimo de polisemia. Liebes y Katz han analizado la diversidad no tanto de las lecturas como de los modos de lectura. Aceptemos que *Dallas* proporciona un menú de significaciones dentro del cual los espectadores eligen (Fiske, 1995: 319). Pero, como dice Nightingale, en lugar de estos ensayos que se recrean en cómo la diversidad de lo que se dice parece desafiar la interpretación, el verdadero objetivo de la investigación de audiencias es tratar de identificar "el modo en que la cultura habla a través de los entrevistados" (1999: 119)). La investigación de audiencias debería intentar descubrir cómo en las lecturas se reflejan las tensiones y las ambigüedades; pero más que regodearse en esa pluralidad, habría que centrarse en los marcos culturales reconocibles que constriñen nuestros modos de ver los textos. Por eso, a veces, las polisemias y las audiencias activas, llevadas a los extremos denunciados por Nightingale, introducen confusión y dificultan la interpretación de los encuentros de las audiencias con los textos y, sobre todo, su comprensión dentro de un marco global.

En menor medida aún pueden pretender Liebes y Katz haber dado cuenta de los tres tipos de lucha que, según su introducción de 1993, pretendían observar: entre culturas nacionales, entre subculturas dentro de una nación y entre los sexos dentro de una familia. Los grupos no fueron diseñados para dar respuestas a preguntas tan ambiciosas. Se podía indagar en algunas diferencias étnicas, en la medida en la que los distintos grupos pretendían representarlas, pero era muy difícil profundizar en la decodificación por sexos y de hecho Liebes y Katz avanzan poco en esa dirección y, cuando lo hacen, llegan a conclusiones dudosas: por ejemplo, su pretensión de que las mujeres árabes podrían contar la historia de una forma segmentada, atendiendo a los personajes, y no lineal, como sus maridos, no dejaba de ser una hipótesis tomada de algunos análisis de Modleski (básicamente a la asociación entre feminidad, circularidad y apertura), pero era apenas defendible ya que las mujeres en los grupos árabes permanecían prácticamente todo el tiempo calladas. Al diseñarse la investigación mezclando los sexos en los grupos, se optó por profundizar sólo en un tipo de diferencias, lo que es legítimo, pero debe quedar claro.

3. LA CONSTRUCCIÓN DE LA REALIDAD, MÁS ALLÁ DEL EFECTO DE REALIDAD Y DEL PLURALISMO POLISÉMICO

Nuestra interpretación de los grupos de discusión españoles es que *Dallas* es un relato sobre una realidad asociada a un proceso de profundo cambio cultural y a las estrategias individuales de afrontar dicho cambio. Este conjunto de experiencias *modernas* no son ni primigenias ni subversivas y sólo razonablemente plurales, y se configuran expresivamente dentro de un espacio de realidad formado por comunidades pequeñas de lujo alejadas de los centros simbólicos visibles (de las instituciones oficiales) y que persiguen activamente la felicidad y el poder.

Eso supone, primero, que *Dallas* no es un relato escapista y que en el recuerdo se lee fundamentalmente en clave referencial, es decir, que ese mundo existe y que *Dallas* es casi un documental que lo describe.

Al utilizarse la metodología de la memoria para la indagación en el carácter referencial de los textos, se pone de relieve que el punto de vista tradicional de la *Screen Theory*, asumido posteriormente de forma implícita por Liebes y Katz, era incorrecto, y que la capacidad del público de leer el relato como construcción no impide que ese mismo relato no sea tomado simultáneamente como una muestra o reflejo del mundo. En la distancia, en la

forma difusa en la que se organizan los recuerdos y se disponen las relaciones entre los personajes, cobra realidad aquello que resulta significativo. Dicho de otra forma, *Dallas* servirá de metáfora de un mundo y por eso será real, más allá de audacias crítico-sintácticas de los públicos.

A lo largo de 38 reuniones hemos encontrado múltiples ejemplos de pericia cultural, de audacia sintáctica entre los españoles, un auténtico repertorio de análisis literario, superior incluso al recogido por Liebes y Katz

Pero lo interesante no es la adjetivación, sino el hecho de que JR (el protagonista central, el que resume la serie) simbolice una realidad, un mundo: es un sustantivo que permite describir una parcela social, que nos es ajena (no somos nosotros), pero que seguimos y por la que nos interesamos. Y, además, y esto es muy interesante, este mundo pone en relación dos parcelas de sentido que en la historia de los géneros televisivos aparecían completamente separados: el mundo rosa y el culebrón.

Esto sucede de forma reiterada y espontánea. Y es un ejemplo magnífico de la necesidad de separar los contextos de sentido en los que surgen y se programan los contenidos televisivos (los géneros); y los contextos de sentido finales, los estudios de audiencia, en los que las explicaciones de sentido recorren caminos propios al margen de la historia del desarrollo de las convenciones narrativas o de los géneros de programas en general²³.

²³ Aquí se funden las convenciones procedentes de un determinado desarrollo de los formatos que tratan de la realidad (los géneros informativos) con los que surgen a partir de una evolución de un determinado tipo de relatos de ficción (la soap opera). Pero la integración de sentido es profunda y reaparece una y otra vez en los discursos frente al intento del moderador de reconducir los discursos:

"BUENO, ¿QUERÉIS AÑADIR ALGO SOBRE LOS CULEBRONES?
- Sí, porque estamos yendo a...

La lección es que el realismo no depende de la percepción inmediata en un primer encuentro texto-audiencia de la correspondencia entre las narrativas de los textos y las narrativas personales. Tampoco puede obtenerse a partir de las reflexiones de segundo o

-
- (risas)
 - Podemos hablar de Mario Conde también un poquito
 - (risas)
 - También tiene lo suyo, ¿verdad?
 - Sí, hombre, eso es el culebrón de la, de la fotonovela, de la revista del corazón, parece una historia por capítulos, hoy te hablan de que le han operado, mañana lo ves en el yate, pasado lo ves en el barco...
 - No, si también es un culebrón, además que siempre están los mismos...
 - Efectivamente
 - (se ríen)
 - No varían²³

"La serie y la telenovela procesan la existencia humana de manera que resulte más accesible y, a su vez, menos comprometedor que en la vida cotidiana: la ventana de fisgoneo al vecino pierde importancia, sobre todo en las sociedades industrializadas, frente al televisor: lícita ventana de fisgoneo a un vecindario electrónico" (López Pumarejo, 1987: 51).

- "... Falcon Crest no es más que divorcio, pichirri y pichache...
- (risas)
- ... y lo otro...
- Cotilleo
- Cotilleo
- ... cotilleo, pareja, pareja, pareja...
- (risas)"²³

Un posible culebrón español tiene su realidad a lo Mario Conde, "los artistas del pelotazo", poderosos constructores o presidentes de club de fútbol, "las hermanas esas Koplowitz y demás", cumbre de una pirámide de fascinación, amor y corrupción, en la que se sitúan famosos, famosillos e incluso gente corriente "elevada" a la fama por la televisión, todos unificados por la riqueza, la búsqueda de la felicidad y la amoralidad.

Pero no olvidemos que la congruencia última del carácter rosa de determinados formatos informativos y de la telenovela como género de ficción reside en el origen "femenino" que comparten el "cotilleo pareja" que denuncian estas amas de casa. La información, inicialmente tan separada del género rosa por su diferente distancia con los "centros de la realidad" relevantes para la unidad de acción de la sociedad a través de la política, se feminiza al "culebronizarse" los propios centros. Es decir, las referencias sociales se desplazan al mundo privado de sujetos relevantes por su poder: los entresijos de las relaciones personales son relevantes para las decisiones colectivas. Como en Dallas, donde los aspectos públicos son la consecuencia de las problemáticas familiares, privadas, de las comunidades relevantes de lujo y poder. Sólo que ahora no hay entretenimiento compartido, sino realidad compartida: un mundo externo que existe, con su Mario Conde que es como el JR de Dallas.

tercer grado sobre la televisión en general como medio deslegitimado y sometido al poder, ni es suficiente el llamado “efecto de realidad”. Pero puede surgir de forma radical cuando se activan los dispositivos de la memoria y, de manera inadvertida, en medio de reflexiones literarias (“sintácticas”) más o menos sofisticadas (el público es cada vez más experto), se habla de la vida del pasado y de la vida del presente, de mundos cuya existencia nos parece evidente, de *sentido común*, y los textos son tomados entonces, a pesar de todos los ejercicios de distanciamiento, como descripciones próximas a la realidad.

4. POLISEMIA Y REALIDAD

Y, con todo, la polisemia existe. No hay un verdadero *Dallas* que nos lleve per se a los famosos desolimpizados de nuestros días. El que haya llegado a ser metáfora de la modernidad se explica por el cambio en las estructuras de significación que introdujo entre las gentes la dinámica posfordista. Allí donde se dan estructuras de plausibilidad diferentes, el “realismo” de *Dallas* puede insertarse en el marco de descripciones parcialmente distintas de la realidad.

Dallas representaría, como según Stolz (1983: 223-246; también Liebes, 1984: 46-72; Liebes y Katz, 1993)) se leyó en Argelia, un mundo tradicional en el que rige la lealtad a la familia extensa, en el que varias generaciones conviven bajo un mismo techo y en el que existe todo un sistema de ayudas mutuas por encima de un monstruo burocrático visto con recelo. Esto es coherente a su vez con la lectura que hace Mander (1983: 44-48) de *Dallas*

como versión de *El Padrino*: los Ewing podrían ser una versión blanda (no criminal) de una familia mafiosa y de gran poder, que vence al mundo con su unidad y su lealtad, despreciando los principios *modernos* y universalistas.

En los países árabes se ha sugerido que *Dallas* podía ser básicamente la historia de una familia extensa. Es curioso que una investigación etnográfica tan interesante como la de Armbrust (1996) haya revelado que quizás no en el momento exacto de la emisión de *Dallas*, sino unos años después, en plena crisis del proceso de modernización en el mundo árabe, una especie de *Dallas* egipcio tuviese la misma capacidad de simbolizar la ambivalencia de lo moderno con un juego de significaciones bastante similar y que oponía pragmatismo y moral, pero en el que el componente central de la estructura de significación (y por lo tanto, de la descripción del mundo) estaba en la familia extensa y no en el individualismo.

Con The White Flag, los egipcios vivieron las peripecias de Fadda, un JR egipcio, vulgar, avaro y nuevo rico, personaje que provocará repugnancia moral, pero con el que se identificaban parcialmente por su astucia y su éxito. El personaje del Doctor Mufid jugaba el papel de Bobby, el bueno pero algo tonto. Según Armbrust, los egipcios vieron en la serie un símbolo del fracaso de su proceso de modernización. Mientras que *Dallas* podría parecer una cuestión de elección moral (en los términos de Liebes y Katz), Fadda tendría, a pesar de su vulgaridad, según la etnografía de Armbrust, la misma capacidad que JR en España de representar la ambigüedad, de ser el símbolo del cambio: sólo que en Egipto la crisis de legitimidad y la desafección hacia los centros simbólicos podría ser mucho más radical y mucho menos socioprivada que en España, y las lecturas de oposición moral más intransigentes (Armbrust, 1996: 11-36).

La lectura “realista” de *Dallas* que hacían las audiencias españolas, enlazaba, sin embargo, mucho más con la dinámica occidental. En los años ochenta surgió una nueva ofensiva modernizadora. Un nuevo mundo más mundializado e individualista amenazaba esas fronteras simbólicas de las comunidades imaginarias nacionales, “el espacio mediático del Estado” (Veron, 1995: 135)²⁴. En España, el cambio de régimen político dio a este proceso de redefinición un marcado carácter público-participativo, en medio de una fuerte crisis económica. Tras el desencanto, las nuevas élites políticas pretendieron reeditar el espacio simbólico de participación controlada que tan eficaz había resultado en el resto de Europa después de la Segunda Guerra Mundial (Wagner: 1997, 2001)²⁵. Pero la nueva ofensiva modernizadora podría operar esta vez en un sentido más socioprivado e individualizado. Si la llegada de la televisión permitió simultáneamente la difusión de los valores modernos (a través de la estimulación de la movilidad cognitiva) y el establecimiento de un marco cotidiano de vinculación virtual, ahora la nueva oleada era fuente de oportunidades y amenazas que contraponían de manera más radical lo individual y lo colectivo. Por una parte, las seguridades y las significaciones compartidas de la postguerra aparecían como obstáculos

²⁴La televisión, primero y ante todo, creó un potente sistema simbólico nacional para la circulación de sentidos compartidos; y en este sentido, creó una comunidad de vida virtual, pero fue, también, como dice Verón "el espacio mediático del Estado": es decir, una isla simbólica de modernidad controlada y contenida desde los centros político institucionales de las naciones (Verón, 1995: 124-139).

²⁵ Desde la crisis económica de 1974-5, que significó para la mayoría de los países occidentales una reducción de su PIB real, se han producido movimientos de globalización de la economía, nacimiento de mercados locales, procesos de desregulación, grietas generacionales en multiplicidad de las opciones de los estilos de vida; movimientos todos ellos que, aunque aplazados en alguna de sus consecuencias, planean como amenazas reales sobre los significados compartidos. Un mundo manejable con sus fronteras, sus convenciones y sus certezas entra en crisis. En España esa crisis coincide con el cambio político que supuso un calentamiento del sistema simbólico y una frustración aún mayor que tuvo su expresión en el tema (recurrente entonces, tan olvidado hoy) del desencanto. *Dallas*, un relato de pozos petrolíferos, expresaba esa crisis, que se llamó del petróleo, y simbolizó el deseo democrático de conocer mundos inaccesibles y prohibidos, y siendo el último producto

de las nuevas lógicas económicas globalizadoras. Por otra, los agentes sociales (y, en especial, los jóvenes) reclamaban tras el desencanto hacia lo sociopúblico (la pérdida de la fe modernista de un “lugar al que ir”, Friedman, 2001: 365), al menos nuevos espacios plurales de ocio democrático de masas.

El éxito de *Dallas* obedeció a su capacidad para articular su relato en torno al núcleo sémico de la cultura popular de nuestros días. No sólo la cultura industrial de masas, sino una cultura política de masa crecientemente unificada está cada vez más organizada en torno a nuevos mundos compartidos o poblados por poderosos y vedets que no ocupan una posición simbólicamente central ni en lo moral ni en lo político. Esas gentes nos importan y, en el fondo, a diferencia de los dioses del Olimpo, de los estigmatizados o de los *exóticos*, *son como nosotros*, y por ello sus vidas tienen un valor de *reconocimiento*: constituyen una muestra de la *estructura trágica de la vida*, una demostración de la importancia de los momentos decisivos y las circunstancias afectivas que condicionan todos nuestros proyectos biográficos personales²⁶. Pero, al mismo tiempo, esas personas *como nosotros*, iguales, individualizadas, seres con los que nos identificamos, no *merecen* estar ahí, más arriba que nosotros.

El núcleo sémico de la cultura popular sería el siguiente: todos somos iguales y nadie tiene derecho a ocupar una posición social superior salvo por méritos propios; dentro de ese escenario naturalmente *abierto*, algunos acceden a lo más alto por azar o, más

simbólico compartido por todos marcará el camino de la pluralización de los mundos de vida y de las opciones de ocio industrial.

²⁶ Y aunque JR sea un arquetipo y, como tal, el resumen de una categoría, el resto de los personajes aparecen individualizados y por ello, culturalmente *desextranjerezados*, incorporados, *emancipados* de la categoría.

frecuentemente, utilizando procedimientos inmorales y, de forma igualmente natural, promueven sus propios intereses y los de sus familiares. De esta manera aparecen igualmente naturalizadas tres órdenes contradictorios: el de la modernidad en la que los *iguales* compiten de manera abierta para acceder por méritos a posiciones desiguales; el de la inmoralidad, por el que aquéllos que *juegan sucio* obtienen ventajas; y el de la familia, en cuya virtud se *entiende* que cualquier recompensa se distribuya entre los parientes. Estos tres órdenes contradictorios aparecen resumidos en el mundo de los poderosos y de las vedets. Pero fue el escenario en el que se fundamentó *Dallas* como relato la razón principal de su éxito (Menor, 2002: 319).

Ninguno de estos temas es nuevo. Sí lo fue su articulación a través de un mundo de lujo y poder alejado de los centros simbólicos y que no es fuente de sentido pero con el que, a pesar de todo, nos identificamos. Desde *Dallas* vivimos la estructura trágica de la vida a través de seres situados en una *zona gris*, que son como nosotros (comparten nuestros mismos deseos y ansiedades, las mismas subidas y bajadas, momentos de felicidad e infelicidad) pero que no somos nosotros, porque están en un espacio de realidad que, aunque accesible (no es el Olimpo), es diferente.

Para los grupos de edad más jóvenes, socializados en la cultura de la imagen televisiva, los nuevos embates modernizadores no podrían ser articulados tan fácilmente dentro de las islas simbólicas que las nuevas élites políticas institucionales democráticas, herederas de las anteriores, pretendían mantener. Pasada la etapa de la *radicalización* del universo simbólico, el *apaciguamiento* sólo significaba un enfrentamiento desnudo a un nuevo escenario en el que, por una parte, las *aspiraciones* de los individuos debían

confrontarse con las oportunidades y posibilidades *reales* de satisfacción de los mismos (y, por lo tanto, con nuevas *amenazas*) y, por otra, en el que la libertad implicaba el derecho a conocer (a saberlo todo), y la posibilidad de acceder a ocios industriales plurales.

A través de su identificación con una familia norteamericana de clase alta (en un entorno corrupto de lujo y poder), se reeditaba la fascinación (el impacto que produjo la serie), se daba un contorno preciso y cotidiano a un mundo en el que se deseaba entrar, y se proporcionaban las salvaguardias morales necesarias para el caso de que las aspiraciones no individuales no se consumasen. Ese mundo de lujo y poder era como el nuestro (nos identificábamos con su realidad subjetiva, en la que predominaban, en el fondo, las pequeñas cosas, en suma, la estructura trágica de la vida analizada por Ang), pero todavía distinto socialmente. Debíamos acceder a él (era y es inevitable, es el camino de la modernidad), pero manteníamos al mismo tiempo las viejas claves de resentimiento y distancia como recurso de protección moral ante una posible retirada.

De esta manera, *Dallas* simbolizaba el cambio deseado y temido: un cambio con la doble cara de Jano, en el que estaban juntos la libertad, la individualización, el deseo de consumo, la competencia, el conocimiento de la verdad del mundo; pero también el peligro de la caída, el miedo al fracaso. Y que ahora, a distancia, demostraron ser, como nuestra propia realidad, ambivalente; y en el que las diferencias biográficas se manifestaron en los distintos acentos, en la atención que en cada caso se presta a unos u otros aspectos de una realidad deseada y peligrosa²⁷.

²⁷ Si nuestra interpretación es correcta, no es suficiente la constatación del carácter primordial del relato. Ésta impulsó los factores de reconocimiento y pudo confirmar algunos de los rasgos premodernos del núcleo sémico

Al mismo tiempo, *Dallas* simboliza el paso a un nuevo orden, de egoísmo *inmoral*, pero también de transparencia autoconsciente en el que el público, autoexaltado, proclama que ya no es ingenuo. Y en el que los centros simbólicos que organizan nuestros espacios virtuales están ausentes o son meros apéndices de esos centros verdaderos (simbólicamente ocultos) de lujo y poder.

Esta metáfora del cambio, y de la inseguridad ontológica asociada a él, se produce al margen de las élites político-institucionales que, ausentes de la reconstrucción de relato (y de la reconstrucción de la propia vida a través del relato) tienen cada vez más difícil aparecer como el eje articulador de los espacios simbólicos de las audiencias²⁸.

de la cultura de masas de nuestros días. Pero la capacidad de simbolizar el cambio que hoy posee no pudo ser una pura reconstrucción ex novo y posterior de la memoria colectiva. No ha tenido *Dallas* tras su salida de las parrillas televisivas la fuerza de significación suficiente para producir una reconfiguración radical de sus significados. Es probable que *Dallas* no fuese leído en su momento con las mismas claves que han podido colorear la actual etnosociología de la modernidad y, sin duda, las aventuras culturales y vitales de estos veinte años han reencuadrado la lectura, pero es casi seguro que el mundo de lujo y fantasía que tanto impactó en su día fue sentando las bases de la capacidad del relato de simbolizar la modernidad.

Y la coincidencia de la emisión de *Dallas* y de su éxito mundial con esa crisis de la “modernidad organizada” o fordista, en mayor o menor medida ha debido influir en el tipo de impacto que produjo en casi todas partes. De hecho, esa forma tan burda, tan primordial y, por qué no decirlo, tan premoderna de sugerir la modernidad es lo que en todas partes ha provocado sorpresa y perplejidad y, quizá, ha hecho que analistas literarios y de audiencias enfatizasen lo que *Dallas* tenía de relato bíblico o de historia mafiosa.

²⁸ Lo que para Jean Mouchon en el “ascenso del público”, o para Eco es la neotelevisión, son partes de un mismo fenómeno de autoexaltación expresiva y participativa de unas audiencias que proclaman su madurez y su desconfianza de lo oficial. La Investigación Cualitativa Continua había acuñado ya en los ochenta, poco después de *Dallas*, la afortunada expresión de “poder tras los medios”, y radiografiado la paulatina expansión de esa cultura de sospecha entre todas las capas sociales y hacia todo tipo de contenidos mediáticos. El “tersites” de Bourdieu equivale a una filosofía del retraimiento y resignación, que cree percibir en todo un entorno amenazador e incomprensible, contra el que se reacciona con suspicacia, como si toda toma de posición obedeciere a intereses. En términos convencionales, esto equivaldría a lo que Murdock ha caracterizado como el ethos del populismo radical por su arraigada desconfianza hacia lo oficial en todas sus formas. La clave estaría, pues, en el desplazamiento de los puntos en los que se deposita la confianza porque una cierta actitud de resentimiento conformista no es, en absoluto, nueva.

La desconfianza es la reserva de los más descentrados socialmente, de los que cuentan con menos recursos culturales y, por lo tanto, menos posibilidades de articular reflexivamente interpretaciones que ayuden al yo a ubicarse y a reubicarse en un mundo cambiante. Desde el superhombre de masas de Eco, la cultura de masas ha venido vehiculando este tipo de resistencia moral. *Dallas* y otras soap operas funcionaron como

Dallas sirve a una especie de sociología popular de la modernidad, que contrapone una *Gemeinschaft* en la que está una vida tradicional comunitaria ubicada en un pasado pleno de sentido, pero de pobreza e ignorancia, al que no podemos volver, y una *Gessellschaft* llena de impersonalidad competitiva de lujo y poder, privada de sentido, pero que es el presente en el que pragmáticamente debemos vivir y cuyos rasgos se acentuarán en un futuro hacia el que inevitablemente nos encaminamos²⁹.

mecanismos simbólicos de ayuda a la comprensión de un mundo ajeno: al mismo tiempo que daban claves para su comprensión, reforzaban la sensación difusa de desconfianza predominante entre las audiencias.

Pero, por otra parte, esta vieja desconfianza popular (resistencia) cobra una dimensión completamente nueva en las formas que asume la lectura de *Dallas* y que parecen apuntar hacia unas nuevas formas de desplazamiento de los centros simbólicos y de los valores centrales promovidos desde los mismos. También tiene que ver con una apoteosis de lo expresivo que permite enlazar los discursos mitológicos de idealización romántica de la premodernidad (la comunidad pobre y feliz) con la gramática moderna e individualista de la relación pura. ¿No será el recurso a lo instrumental materialista, simbolizado por JR, un mero ardid discursivo destinado a reflejar un mundo postmoderno en el que los riesgos verdaderos están en la subversión de las certezas?, ¿Y no será, por otra parte, que el discurso competitivo ha perdido prestigio (ya no distingue) y que debe disfrazarse detrás de prestigiosas aspiraciones (modernas) puramente expresivas? Eco, 1995; Murdock, 1995: 21; Mouchon, 1999: 121 y ss.; Bourdieu, 1999: 95-119. La reflexión última nos lleva a los orígenes “románticos” de la modernidad. Campbell, 2005.

²⁹ Pero el cambio valorativo de las sociedades occidentales no parece apuntar en la misma dirección de la etnosociología de la modernidad de las audiencias. Hace muchos años que Berger, Berger y Kellner (1979: 209) reflexionaron acerca de lo que ellos denominaron, “movimientos desmodernizadores de los estratos superiores del sistema de clases”, que irían en la misma dirección del cambio en los universos de valores de las sociedades occidentales estudiadas por Inglehart, es decir, el auge entre los grupos sociales de mayor capital cultural de los valores postmaterialistas en detrimento de los materialistas (desde que crece el sentimiento de que la supervivencia pueda darse ya por supuesto y deja de ser precaria). En España, Orizo (1997) ha analizado la crisis de la “need for achievement” en el retroceso espectacular que desde 1981, el año de la emisión de *Dallas*, experimenten valores como la “ambición, el afán de superación”, o la “disposición a trabajar duro”. Si esto está relacionado con el auge de los valores postmaterialistas, el recuerdo que las audiencias tienen de *Dallas* está lleno de trampas: no fue ése el momento en el que pasamos de una *Gessellschaft* comunitaria a un mundo competitivo de lucha (justo al contrario, se inicia la crisis de las motivaciones de logro), sino el punto de arranque de una fase nueva de proceso de modernización caracterizada por la individualización de los caminos de la vida, la implosión de los discursos expresivos y la pluralización de las fórmulas de distinción y en el que la radicalización pragmática de la competitividad individual coincide con la crisis de los valores ascéticos asociados al trabajo. Véase Inglehart, 1999. El cambio más importante experimentado en nuestro país es el retroceso de los valores materialistas, en beneficio de los postmaterialistas o de tipo simbólico, estético, de desarrollo del espíritu. Siguiendo con las tesis y el método de Inglehart, Orizo observa que los grupos materialistas que en 1980 suponían el 62%, en 1990 representan el 22%, prácticamente la media europea. Hay

La verdadera doble cara de Jano es el que el mundo del futuro destruye los vínculos y las certezas (y por eso nos atemoriza), aunque nos proporcione un mayor conocimiento (la mayor visibilidad de esas situaciones ocultas) y una mayor riqueza (ese mundo de lujo y poder, al que en el fondo aspiramos). Los espacios sociopúblicos y los centros político-institucionales que venían organizando esos cierres simbólicos están ausentes, subordinados a las lógicas privadas y familiares de ese mundo de lujo y poder³⁰.

5. LAS REALIDADES MEDIÁTICAS COMPARTIDAS DE LUJO Y PODER

Una de las conclusiones centrales de esta investigación es que *Dallas* es un relato leído en clave referencial. Ni las oposiciones morales ni las sintácticas impiden que sea entendido como una descripción verdadera de un mundo que existe, casi como un documental de un espacio de lujo y poder que está ahí fuera. Los públicos hacen alarde de su pericia cultural, pero contra lo que creía la *Screen Theory* y buena parte de la corriente de los Estudios Culturales, la consciencia del hecho de que el relato es una construcción y las divagaciones acerca de las convenciones de los géneros y del *behind the scenes* de la producción televisiva

más postmaterialistas (del 12% al 20%), pero el grueso se mueve ahora dentro de grupos denominados mixtos (del 26 al 58%).

³⁰ Bajo lo expresivo se enlaza moralmente el prestigio de las vinculaciones comunitarias del pasado con la adhesión *libre* a nuevos espacios densos intersubjetivos que ahora se pretenden autofundamentados (las diferentes comunidades interpretativas de sentido) y que proclaman su superioridad moral y estética sobre el espacio de la racionalidad y de lo instrumental. En el lado opuesto, el mundo de valores del logro y de la competencia pasa a ser negado en los discursos. Se oculta y se nos oculta (una nueva *represión del* discurso) y sólo pasa a ser reconocido (un nuevo *discurso del reconocimiento*) como medio (pragmáticamente inevitable) para acceder a los objetos de consumo y a las distinciones que nos proporcionan nuestras opciones (plurales) de lujo y sentido.

no impide que se haga una transición fluida hacia la realidad *real* que *Dallas* parecía representar como descripción de una clase social de una época y de un lugar y como *espacio* en el que visualizar un escenario de modernidad y de lujo y poder al que las audiencias sólo reprobaban que "se quedara corto".

Pero las audiencias, fascinadas ante la ostentación y el derroche de los protagonistas de *Dallas* creyeron percibir algo más: la fundación de un nuevo espacio de realidad. Sintieron que vieron cosas *por primera vez*; que de hecho la fascinación fue una consecuencia de su nuevo *conocimiento*, de su acceso a una región inexplorada del mundo, y que las aventuras de JR y los suyos se encargaron de poblar.

En realidad, su *descubrimiento* no deja de ser una ilusión. Las referencias que se utilizan para describir ese mundo verdadero y nuevo de lujo y poder no deja de ser un *star-system* o lo que Cazeneuve denomina el vedetariato (y que desde hace decenios unifica un imaginario que mezcla una élite de nacimiento con una élite de mérito y una élite del espectáculo); o lo que Rositi califica como el *divismo*, para dar cuenta de un conjunto de personas con influencia, no necesariamente portadoras de habilidades y de funciones específicas, que son observadas con un criterio de tipo difuso (Rosita 1980: 120) y que con su ascenso muchas veces rápido parecen negar la justificación racional de las estratificaciones sociales (McDonald, 2000). La única evolución reseñable es el descenso simbólico de ese mundo de fascinación; lo que para Morin (1966) será la pérdida de su *liturgia estelar*, su desdivinización, su caída del Olimpo. A lo sumo, se han producido "salidas" (el efecto Kevin Spacy analizado por Martin Barrer, 2003: 19-20) e incorporaciones (Gubert, 1997:30; Dovey,

2000). Y, sobre todo, la mezcla con el mundo de la subpolítica (los poderosos), que da a ese vedetario su nueva dimensión: ese mundo del lujo y poder está compuesto por gente que, finalmente, son *como nosotros*, no disfrutan de ninguna superioridad simbólica ni moral; sólo el poder y la riqueza nos son negados.

6. CONCLUSIONES

La televisión construye realidad produciendo un imaginario estable, autogenerado y compartido (Menor, 2002: 314).

La “realidad” tiene poco que ver con la relación entre la representación y lo que es representado. Lo que importa son las estructura de plausibilidad y su imbricación con las prácticas reales: qué experiencias guardan conexiones, qué asociaciones nos asaltan “naturalmente”. Un relato es “real” cuando aparece estructurado según algún principio organizador de sentido. Y esto vale para las descripciones mediáticas de la realidad, los textos de ficción, los relatos de vida y las lecturas de los microencuentros cara-a-cara.

El “realismo” de los textos de ficción no se explica en términos de mimesis entre la representación y lo que se representa, ni de técnicas narrativas o “estilos” transhistóricos (Carroll, 1996; Langkjaer, 2002: 15-40). En resumen: Pudiera ser que tanto el análisis literario como la investigación de audiencias (y especialmente la de Liebes y Katz) hubiesen sobreestimado la importancia que tenía en la producción del efecto de la realidad la autopercepción del proceso constructivo y que un análisis más radicalmente cultural pudiese

poner de relieve cómo en el tiempo cristalizaban los desplazamientos entre el ámbito de significado de la ficción y el ámbito de significado de la realidad.

BIBLIOGRAFIA

- Abercrombie, Nicholas (1996), *Television and Society*, Cambridge: Polity Press.
- Abercrombie, Nicholas; Hill, Stephen; y Turner, Brian (1987), *La tesis de la ideología dominante*, Madrid: Siglo XXI.
- Abercrombie, Nicholas; y Longhurst, Brian (1998), *Audiences*. Londres: Sage.
- Alonso, Luis Enrique (1998), *La mirada cualitativa en sociología. Una aproximación interpretativa*, Madrid: Fundamentos.
- Altman, Rick (2000), *Los géneros cinematográficos*, Barcelona: Paidós.
- Anderson, Benedict (1993), *Comunidades imaginadas*, Méjico: FCE.
- Ang, Ien (1984), "Ways of reading *Dallas*", en *Simposio sobre la Comunicación. Identidad Cultural y Política Comunicativas*, Madrid: Circulo de Bellas Artes.
- Ang, Ian (1985), *Watching Dallas. Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. Londres: Routledge.
- Ang, Ian (1997), "Cultura y comunicación. Hacia una crítica etnográfica del consumo de los medios en el sistema mediático transnacional", en Dayan, Daniel (comp): *En busca del público*, Barcelona: Gedisa: 83-106.
- Arlen, Michael (1980), "Smooth Pebbles at Southfork", en Arlen, Michael (ed.): *Essays on Television*, Nueva York: Ferrer, Strauss and Giroux.

- Armbrust, Walter (1996), *Mass Culture and Modernism in Egypt*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Austin, Thomas y Barker, Martin (2003), *Contemporary Hollywood Stardom*, Oxford University Press.
- Baier, Michel (1985), "El pensamiento salvaje de *Dallas*", en *El País*, 15 de septiembre: 16.
- Balandier, Georges (1999), *El desorden. La teoría del caos y las ciencias sociales. Elogio de la fecundidad del movimiento*, Barcelona: Gedisa.
- Balló, Jordi y Pérez, Xavier, (1997), *La semilla inmortal: Los argumentos inmortales en el cine*, Barcelona: Anagrama.
- Baudrillard, Jean (1987), *The Evil Demon of Images*, Sydney: Power Institute Publication.
- Baudrillard, Jean (1988), *The ecstasy of communication*, Nueva York: Semiotext(e).
- Baudrillard, Jean (1990). *Revenge of the Crystal: Selected Writings on the Modern Object and its Destiny 1968-1983*, Londres: Pluto Press.
- Baudrillard, Jean (2000), *Pantalla total*, Barcelona: Anagrama.
- Bauman, Zygmunt (1998), *Liquid Modernity*, Cambridge: Polity Press.
- Bauman, Zygmunt (2000), *Modernidad y holocausto*, Toledo: Sequitur.
- Benjamin, Walter (1998), *Iluminaciones*, Madrid, Taurus.
- Berger, Peter (1971), *Para una teoría sociológica de la religión*, Barcelona, Kairós.
- Bianchi, Jean (1984), *Comment comprendre le succès international des séries de fiction à la télévision? Le cas Dallas*. Lyon : CNRS-IRPEACS Les Etudes.
- Bordwell, D; Staiger, J; Thompson, K. (1997), *El cine clásico de Hollywood: estilo cinematográfico y modo de producción hasta 1960*, Paidós: Barcelona.
- Bourdieu, Pierre (1998), *La distinción*, Madrid: Taurus.
- Bourdieu, Pierre (1999), *Contrafuegos. Reflexiones para servir a la resistencia contra la invasión neoliberal*, Barcelona, Anagrama.

- Bowman, Alan K. y Woolf, Grez (1999), *Cultura escrita y poder en el mundo antiguo*, Barcelona: Gedisa.
- Buonanno, Milly (1999), *El drama televisivo. Identidad y contenidos sociales*, Barcelona: Gedisa.
- Campbell, Colin (2005), *The romantic ethic and the spirit of modern consumerism*, Alcuin Academic.
- Carroll, Noël (1996), *Theorizing the Moving Image*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Corm, Georges (2004), *La fractura imaginaria. Las falsas raíces del enfrentamiento entre Oriente y Occidente*, Barcelona: Tusquets.
- Corner, John (1997) "Géneros televisivos y recepción", en Dayan, Daniel (Comp): *En busca del público*, Barcelona: Gedisa: 135-144.
- Cornu, Gerard; y Chapelain, Brittete (1983), "Dallas: A serial for world consumption", en Ayreton, Peter *World View 1984. An Economic and Geopolitical Yearbook*. Londres, Pluto.
- Cueto, Juan (1982), "Dallas, al Oriente del Edén", *El País*, 2 de febrero.
- Cueto, Juan (1989), "El síntoma Dallas", en *Anuario de los hechos-1982*, Barcelona: Difusora Internacional: 140-146.
- Channey, David (1983), "A Symbolic Mirror of Ourselves: Civil Ritual in Mass Society", en *Media, Culture and Society*, 5: 119-135.
- Curran, James (2005), *Medios de comunicación y poder en una sociedad democrática*, Barcelona: Hacer.
- Darley, Andrew (2002), *Cultura visual digital. Espectáculo y nuevos géneros en los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós.
- De Certeau, Michel, (1984), *The Practise of Everyday life*. University of California Press.
- Dovey, Jon, (2000), *Freakshow: First Person Media and Factual Televisión*, Londres, Pluto.

- Dunkley, Chris (1985), *Television Today and Tomorrow. Wall to Wall Dallas*, Harmondsworth, Penguin.
- Duvignaud, Jean (1970), *Espectáculo y sociedad*, Caracas: Tiempo Nuevo.
- Dyer, Richard (2001), *Las estrellas cinematográficas. Historia, ideología, estética*. Barcelona: Paidós.
- Fahyt, Tony (1998), *Soap and Sensibility: Audience Response to Dallas and Glenroe*, Dublin: RTE.

- Ferry, Jean-Marc, Wolton, Dominique y otros (1995): *El nuevo espacio público* Barcelona: Gedisa.
- Feuer, Jane (1984), “Melodrama, serial form and television today”, en *Screen*, 25, 1: 4-16.
- Fish, Stanley (1980), *Is there a text in this class? The Authority of Interpretative Communities*, Cambridge: Harvard University Press.
- Fiske, John y Hartley, John (1978), *Reading Television*. Londres: Methuen.
- Fiske, John (1995), *Television Culture*. Londres: Routledge, Londres.
- Friedberg, Anne (1994), *Window Shopping: Cinema and the Postmodern*, Berkeley, University of California Press.
- Friedman, Jonathan (2001), *Identidad cultural y proceso global*, Buenos Aires: Amorrortu.
- García, Begoña; Menor, Juan y Perales, Alejandro: "Algunas propuestas para el análisis de los informativos de televisión", (1984) en *Simposio Internacional sobre Políticas Informativas y de Comunicación* (ponencia), Madrid.
- Geraghty, Christine (1990), *Women and Soap Opera: A Study of Prime Time Soaps*. Cambridge: Polity Press.
- Gledhill, John (2000), *El poder y sus disfraces*. Barcelona: Bellaterra.
- Goody, Jack (1999), *Representaciones y contradicciones. La ambivalencia hacia las imágenes, el teatro, la ficción, las reliquias y la sexualidad*, Barcelona: Paidós.

- Goody, Jack (2005), *Capitalismo y modernidad: el gran debate*, Barcelona, Crítica.
- Grignaffini, Giovanna (1983), “JR: Vi presento il racconto”, en *Cinema Cinema*, 35-36: 46-51.
- Grodal, Torben (2002), “The experience of realism in audiovisual representation”, en Jerslev, Anne *Realism and ‘Reality’ in Film and Media* Copenhaguen: Museum Tusculanum Press: 67-92.
- Gubern, Román (1994), *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*, Barcelona: Gustavo Gili.
- Gubern, Román (1997), "Fabulación audiovisual y mitogenia", en Verón, Eliseo y Chauvel, Lucrecia Escudero, *Telenovela: Ficción Cultural y Mutaciones Culturales*, Barcelona: Gedisa: 29-36.
- Guitlin, Todd (2005), *Enfermos de información. De cómo el torrente mediático está saturando nuestras vidas*. Barcelona: Paidós.
- Hall, Stuart (1980), "Encoding/decoding", en Hall, Stuart y otros, *Culture, Media, Language*, Londres: Hutchinson: 128-138.
- Harvey, David (1998), *La condición de la modernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*, Buenos Aires: Amorrortu.
- Havelock, Eric (1998), “La ecuación oral-escrito: una fórmula para la mentalidad moderna”, en Olson, David; y Torrance, Nancy (Comps) *Cultura escrita y oralidad*, Barcelona, Gedisa: 25-46.
- Havelock, Eric (1963), *Preface to Plato*, Cambridge: Harvard University Press.
- Hermes, Joke (1995), *Reading Women's Magazines*. Cambridge: Polity Press.
- Herzog, Herta (1944), "What do we really know about daytime serial listeners?", en Lazarsfeld, Paul; y Stenton, Frank (comps.), *Radio Research 1942-1943*, Nueva York: Sloan y Pearse: 3-33.
- Hjort, Anne (1986), *When Woman Watch Television. How Danish Women Percibe the American Series Dallas and the Danish Series Daughters of the War*, Media Research Department, Danish Broadcasting Corporation.

- Hobsbawn, Eric, y Ranger, Terence (2002), *La invención de la tradición*. Barcelona: Crítica.
- Illouz, Eva (1997), *Consuming the Romantic Utopia: Love and the Cultural Contradictions of Capitalism*, Berkeley: University of California Press.
- Imbert, Gérard (2003), *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*, Barcelona: Gedisa
- Inglehart, Ronald (1999), *Modernización posmodernización. El cambio cultural, económico y político en 43 sociedades*, Madrid: CIS.
- Innis, Harold (1950), *Empire and Communications*, Oxford: Oxford University Press.
- Innis, Harold (1951), *The Bias of Communication*. Toronto: University of Toronto Press.
- Jensen, Klaus y Rosengren, Kart (1998), "Cinco tradiciones en busca del público", Dayan, Daniel (Comp), *En busca del público*, Barcelona: Gedisa: 335-370.
- Jerslev, Anne (2002), "Dogma 95, Lars von Trier's The Idiots and the 'Idiot Project'", en Jerslev, Anne *Realism and 'Reality' in Film and Media* Copenhagen: Museum Tusculanum Press: 41-65.
- Langkjaer, Biger (2002), "Realism and Danish Cinema", en Jerslev, Anne *Realism and 'Reality' in Film and Media* Copenhagen: Museum Tusculanum Press: 15-40.
- Liebes, Tamar (1984), "Ethnocriticism: Israelies of Moroccan ethnicity negotiate the meaning of Dallas", en *Studies in Visual Communication*, 10, 3: 46-72.
- Liebes, Tamar; y Katz, Elihu (1984), "Once upon a time in Dallas", *Intermedia*, 12, 3: 28-32.
- Liebes, Tamar y Katz, Elihu (1986a), "Actual aid in the decoding of *Dallas*: preliminary notes from a cross cultural study", en *Television in Transition*. Londres: British Film Institute: 187-198.
- Liebes, Tamar y Katz, Elihu (1986b), "Paterns of involvement in American fiction: a comparative analysis", en *European Journal of Communication*, 1(2): 151-171.

- Liebes, Tamar y Katz, Elihu, (1988) "*Dallas and genesis, primordiality and seriality in popular culture*", en *Media, Myths and Narratives: Television and the Press*, Londres: Sage: 113-135.
- Liebes, Tamar; y Katz, Elihu (1993), *The Export of Meaning. Cross Cultural Readings of Dallas*, Cambridge: Polity Press.
- Liebes, Tamar; y Katz, Elihu (1996), "*Dallas and Genesis: Primordiality and seriality in popular culture*", en Carey, James (ed.) *Media, myths and narratives. Television and the press*, Newbury Park: Sage: 113-125.
- Liebes, Tamar; y Katz, Eliu (1997), "Seis interpretaciones de la serie *Dallas*", en Dayan, Daniel (Comp): *En busca del público*, Gedisa, Barcelona, 1997: 145-168.
- Livingstone, Sonia (1990), *Making Sense of Television: The Psychology of Audience Interpretation*. Oxford: Pergaman.
- López Pumarejo, Tomás (1987), *Aproximación a la telenovela: Dallas, Dinastia y Falcon Crest*, Madrid, Cátedra.
- Luhmann, Niklas (1997), *Observaciones de la modernidad. Racionalidad y contingencia en la sociedad moderna*, Barcelona: Paidós, Barcelona.
- Luhmann, Niklas (2000), *The Reality of the Mass Media*, Cambridge: Polity Press.
- Mander, Mary (1983), "Dallas: The mitology of crime and the moral occult", en *Journal of Popular Culture*, 17. 1983: 44-48
- Marco, José María (1982), "*Dallas*", en *Triunfo*, febrero: 84-87.
- Martín Barbero, Jesús y Rey, Germán (1999), *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona: Gedisa.
- Massing, Herta (1987), "Decoding *Dallas*: comparing American and German viewers", en Berger, Arthur (ed.), *Television and Society*, New Jersey: Transaction.
- McLuhan Eric; y Zingrone, Frank (comp.) (1998), *McLuhan. Escritos esenciales*. Barcelona: Paidós.
- McDonald, Paul (2000), *The Star System: Hollywood Production of Popular Identities*, Londres: Wallflower Press.

- Menor, Juan (1995), “Poder e influencia de los *reality-shows* en la vida cotidiana”, Universidad de Maspalomas.
- Menor, Juan; y Granados, Pilar (1997), "Aproximación a una clasificación de la programación en función a los tipos de programas", en *13º Seminario sobre Audiencia de Televisión*, La Coruña: AEDEMO: 39-96.
- Menor, Juan (2002), “La producción de la realidad”, en Vidal Beneyto, José: *La Ventana Global. Ciberespacio, esfera pública mundial y universo mediático*, Madrid: Taurus: 303-326.
- Menor, Juan (2005), “Televisiones locales: Una nueva oportunidad de negocio para los productores”, en EGEDA: *Panorama Audiovisual 2005*. Madrid: EGEDA: 7-16.
- Miller, T., Govil, N., McMurria, J. y Maxwell, R. (2005), *El nuevo Hollywood. Del imperialismo cultural a las leyes del marketing*, Barcelona: Paidós.
- Mirzoeff, Nicholas (2003), *Una introducción a la cultura visual*, Barcelona: Paidós.
- Modleski, Tania (1982), *Loving with a vengeance: Mass produced fantasies for women*. Methuen, 1982.
- Moores, Shaun (2000), *Media and Everyday Life in Modern Society*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Morán, Luz; y Benedicto, Jorge (1995), *La cultura política de los españoles, un ensayo de reinterpretación*, Madrid: CIS.
- Morin, Edgar (1966), *El espíritu del tiempo. Ensayo sobre la cultura de masas*, Madrid: Taurus.
- Morin, Edgar (1972), *Las stars. Servidumbres y mitos*, Barcelona: Dopesa.
- Morley, David (1991), “The consumption of media”, Reseña de Liebes y Katz “The Export of Meaning. Cross-cultural readings of *Dallas*”, en Journal of Communication, 2: 202-205.
- Morley, David (1996), *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu.

- Mouchon, Jean (1999), *Política y medios. Los poderes bajo influencia*, Barcelona: Gedisa.
- Murdock, Graham (1995): "Las comunicaciones y la constitución de la modernidad", en *Revista de Occidente*, 172.
- Murdock, Graham (1997), "Thin descriptions: questions of method in cultural analysis", en *Cultural Methodologies*, Londres: Sage: 178-192.
- Murray, S. (2005), "Brand royalties: rethinking content within global corporate media", en *Media, Culture & Society*, vol. 27 (3), 2005: 415-435.
- Nightingale, Virginia (1999), *El estudio de las audiencias. El impacto de lo real*. Barcelona, Paidós.
- O'Connor, Barbara (1990), *Soap and Sensibility: Audience response to Dallas and Glenroe*, Dublín: RTE.
- Olson, David R. (1988), *El mundo sobre papel. El impacto de la escritura y la lectura en la estructura del conocimiento*, Barcelona: Gedisa.
- Ong, Walter (1982), *Orality and Literacy: The Technologizing of the World*, Londres: Methuen.
- Orizo, Francisco Andrés (1996), *Sistema de valores en la España de los 90*, Madrid: CIS.
- Prado, Emili (2002), "Telerrealidad: globalización y uniformización", en Vidal Beneyto, José, *La Ventana Global. Ciberespacio, esfera pública mundial y universo mediático*. Madrid: Taurus: 369-394.
- Potter, Jonathan (1998), *La representación de la realidad. Discurso, retórica y construcción social*, Barcelona: Paidós.
- Radway, Janice (1984), *Reading the Romance: Women, Patriarchy and Popular Literature*, Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Ridell, Seija (1996), "Resistance through routines. Flow Theory and the power of metaphors", en *European Journal of Communication*, 11, 4: 557-582.

- Sarabia, Bernabé; y Zarco, Juan (1998), *Metodología cualitativa en España*. Madrid: Cuadernos Metodológicos del CIS, 22.
- Scannell, Paddy (2000), "For anyone-as-someone structures", en *Media, Culture and Society*, 22: 5-24.
- Scannell, Paddy; y Cardiff, David (1991), *A Social History of British Broadcasting: 1922-1939: Serving the Nation*, Oxford: Blackwell.
- Schutz, Alfred (1974), *El problema de la realidad social*, Buenos Aires: Amorrortu.
- Scott, John (1990), *Domination and the arts of resistance*, New Haven: Yale University Press.
- Schiller, Herbert (1969), *Mass Communication and American Empire*, Nueva York: Augustus M. Kelley.
- Silj, Alejandro (1988), *East of Dallas. The European Challenge to American Television*, Londres: British Film Institute.
- Silverstone, Roger (1996), *Televisión y vida cotidiana*, Buenos Aires: Amorrortu.
- Singhal, Arvind; Obregón, Rafael, y Roger, Everett M. (1994), "Reconstructing the story of *Simplemente María*, the most popular telenovela in Latin America of all times", en *Gazette*, 54: 1-15.
- Stolz, Joelle (1983), "Les algériens regardent *Dallas*", en *Le nouvelles chaînes*, París : Presse Universitaire de France: 223-246.
- Sun, Waning (2001): "Media events or media stories? Time, space and Chinese (trans)nationalism", en *International Journal of Cultural Studies*, 4 (1): 25-34.
- Street, John (2000): *Política y cultura popular*. Madrid: Alianza.
- Swanson, Gillian (1981a) "*Dallas 1*", en *Framework*, 14: 32-35.
- Swanson, Gillian (1982b) "*Dallas 2*", en *Framework* 15-16-17: 81-85.
- Riss, Johannes (2002), "Is a realist film style aimed at providing an illusion?", en Jerslev, Anne *Realism and 'Reality' in Film and Media* Copenhague: Museum Tusulanum Press: 93-116.

- Thompson, John B. (1998), *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Barcelona: Paidós.
- Toulmin, Stephen (2001), *Cosmópolis. El trasfondo de la modernidad*, Barcelona, Península.
- Turnock, Robert (2000), *Interpreting Diana. Televisión Audiences and the Death of a Princess*. Londres: British Film Institute.
- Verón, Eliseo (1995), "Interfaces. Sobre la democracia audiovisual evolucionada", en Ferry, Jean-Marc y otros: *El nuevo espacio público*, Barcelona: Gedisa: 124-139.
- Virilio, Paul (1986), *Speed and Politics*, Nueva York, Semiotext(e).
- Virilio, Paul (1998), *Estética de la desaparición*, Barcelona, Anagrama.
- Van den Bulck, Hilde (2001): "Public service television and national identity as a project of modernity: the example of Flemish television", en *Media, Culture and Society*. 23: 53-69.
- Wagner, Peter (2001), *Theorizing Modernity: inescapability and attainability in social theory*, Londres: Sage.
- Williams, Raymond (1974), *Television: Technology and Cultural Form*, Nueva York: Schcken Book.
- Williams, Raymond (1965), *The long revolution*, Londres: Penguin.
- Williams, Raymond; y Higgins, John (ed.): (2001): *The Raymond Williams Reader*: Blackwell.
- Wolf, Mauro (1997): "El análisis de la recepción y la investigación sobre los medios" en Dayan, Daniel (Comp), *En busca del público*, Barcelona: Gedisa: 329-334.
- Young, Paul, (2003), "Media on display: a telegraphic history of early American cinema", en Gitelman, Lisa y Pingree, Geoffrey, *New Media 1740-1915*. The MIT Press, Massachsetts: 229-264.
- Zhao, B. (1998), "Popular family television and party ideology: The Spring Festival Eve happy gathering", en *Media, Culture and Society*, 20.

