



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 2º – Director: **Dr. José Manuel de Pablos Coello**, catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](http://www.unilaguna.es) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)
Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

[Abril de 1999]

Preocupaciones y supuestos en los estudios de recepción teatral

Lic. Miguel Angel Santagada ©

Centro de Estudios de Teatro y Consumos Culturales

Escuela Superior de Teatro, Universidad Nacional del Centro Provincia de Buenos Aires (Argentina)

msanta@teatro.unicen.edu.ar

1. Los estudios de recepción teatral

Nuestras investigaciones (1) de tipo empírico-interpretativo persiguen la finalidad de comprender las prácticas teatrales desde una perspectiva de análisis cultural que asume como punto de partida la "recepción" de espectáculos efectuada por los espectadores. El campo de la recepción teatral es concebido como un conjunto de fenómenos observables gracias al empleo de diversos procedimientos empíricos, reconstructivos y hermenéuticos, todos ellos conjugados en procura de analizar las interrelaciones entre productores, productos textuales, consumidores y contextos culturales. Por productores nos referimos a los directores, elencos y dramaturgos responsables de los productos textuales, que en nuestra aproximación equivalen a los espectáculos teatrales exhibidos durante una temporada. Con el término consumidores pretendemos representar a los espectadores teatrales en tanto asistentes a determinado espectáculo y también con respecto a sus prácticas preferenciales en materia de apropiación de bienes artísticos, periodísticos y televisivos, hábitos de lectura de textos literarios, revistas y periódicos, disposición hacia la música, la cinematografía y la pintura, etc. De esta forma, las prácticas de los consumidores que ofician de "receptores" de cierto espectáculo teatral son concebidas como indicadores probables de las influencias de los contextos culturales que pueden afectar o mediar la interpretación y disfrute de las obras teatrales que ocupan la atención de la investigación.

Lo sustantivo de las interrelaciones en que se concentran nuestros estudios, por lo tanto, comprende en primer lugar el proceso que se desarrolla en la sala, en relación estricta con aquello que denominaremos sus condicionantes externos. Estos últimos fundamentan el interés de los estudios de recepción teatral por circunstancias de naturaleza extra-teatral, cuya función entendemos importante en virtud de que la dinámica comunicativa iniciada por el espectáculo reconoce en la existencia de diversos factores una destacada gravitación en la decisión que toman los espectadores por asistir a determinada función. Entre tales condicionantes, en una rápida enumeración podemos citar el prestigio de la sala, de la compañía, de la pieza dramática, la instancia de la crítica especializada, las campañas promocionales o publicitarias, etc. También es probable que el conjunto de prácticas que caracterizan a los diversos grupos de consumidores culturales, sus expectativas y sus preferencias, tenga alguna influencia en la apropiación de sentidos del producto textual que efectúan los espectadores, lo cual se añade a la polisemia característica del texto para tornar más imprevisibles aún las respuestas que determinado espectáculo puede provocar.

Creemos justificado el interés en las relaciones entre productores, productos textuales, consumidores y contextos culturales en el hecho de que la apropiación de sentidos del producto textual es una actividad que realizan los espectadores de acuerdo con ciertas características de sus prácticas culturales, las cuales pueden configurar expectativas comunes, preferencias similares o estrategias de apropiación del sentido de los espectáculos, que resultan sorprendentemente análogas entre individuos pertenecientes a diferentes niveles de la estructura social. Cuánto contribuyen los contextos culturales a establecer patrones de interpretación más o menos homogéneos dentro de una determinada clase (socioeconómica, etaria, de género, de profesiones, de oficios y ocupaciones, etc.), hasta dónde llega la libertad de lectura de los receptores, cuál es la fuerza manipuladora del texto y cuánto debe su eficacia a la legitimidad

de la fuente, son asuntos que la teoría de la comunicación ha estado considerando desde siempre. Los estudios de recepción a que aludimos intentan especificar estas cuestiones mediante tareas de campo destinadas a la obtención de datos recabados entre esa porción restringida de consumidores culturales que conforman los espectadores teatrales.

2. El trabajo analítico en los estudios de recepción

Por cierto, las tareas investigativas de campo demandan una elaborada definición de los términos implicados en el planteo de la problemática que acabamos de sintetizar. Los asuntos comprendidos en el campo de la recepción teatral corresponderían a un espectro amplísimo, que se extiende desde la decisión de asistir a determinado espectáculo, hasta la interpretación que elaboran los espectadores a propósito de determinado segmento signico, pasando por las cuestiones de proyección e identificación con los personajes, anticipación o sustitución del argumento, juicio acerca de la probidad de los actores, etc. Los múltiples aspectos de un texto escénico complican aún más el panorama. ¿Qué vemos de una obra teatral? ¿Qué registramos y qué no registramos de ella? ¿Cuánta atención prestamos a lo novedoso que puede proponernos un espectáculo? ¿Cuánto puede incidir esa atención en nuestra comprensión o en nuestro disfrute de la obra? Por otra parte, ¿de qué depende nuestro juicio valorativo acerca de una pieza teatral? ¿De la actuación? ¿De la dirección escénica? ¿De la intriga? ¿Del conflicto? ¿A qué se refiere alguien que nos dice que cierto espectáculo le gustó?

Como vemos, son muchos los interrogantes y algo inespecíficas, quizá, las respuestas a que podamos acceder por el momento. Sin embargo, las preocupaciones de los estudios de recepción parecen representar un prometedor estímulo para el trabajo intelectual, que tenga para ofrecer, además de estudios de una marcada sofisticación, una clave, un aporte significativo, para una comprensión de los procesos culturales en pequeña, mediana y gran escala. Una tarea inicial en los estudios de recepción ha consistido en lo que denominaremos trabajo analítico. Éste se aplica a especificar los supuestos que dominan la investigación y a precisar los campos de aplicación a que puedan ir destinados los resultados que se obtengan. La importancia asignada al trabajo analítico se debe fundamentalmente al hecho de que las tradiciones académicas -ya ocupadas de temas generales, ya atareadas en tópicos específicos de la cuestión- no se desarrollaron suficientemente como para facilitar un marco conceptual que condujera los estudios de recepción teatral hacia resultados progresivos, o al menos acumulables.

El trabajo analítico, pues, intenta estructurar una zona de las prácticas culturales si bien no despoblada de conceptos pertinentes, en buena medida librada a su propia suerte, ya que el énfasis casi exclusivo otorgado a la estética de la producción restó posibilidades para ordenar de forma conceptualmente satisfactoria el conjunto de hechos involucrados en la recepción teatral (2). Propondremos más abajo un ejemplo acerca de la forma en que el trabajo analítico puede conducir los estudios de recepción, pero nos parece oportuno revisar previamente tradiciones de estudios de recepción de textos literarios y de textos mediáticos, a fin de señalar con mayor claridad los supuestos de nuestra línea de trabajo.

3. Expurgando entre los estudios de lectura y los estudios de recepción

La cultura occidental ha adjudicado desde tiempos remotos a la interpretación y comprensión de textos escritos una indiscutible valía. Por esa razón, las normas para la exégesis correcta de textos con función cognitiva o estética debieron imponerse desde instituciones que, como la escuela, la crítica especializada y diferentes círculos intelectuales, pretendieron dictaminar acerca del sentido exacto de los textos modelando así las prácticas culturales. Atenta a esta situación, la línea de estudios empíricos acerca de la lectura literaria, iniciada por I. A. Richards (1929), asumía como hipótesis general que el proceso de aprendizaje por el que los individuos se hacían lectores versaba en la incorporación de reglas de asignación de sentido de los textos que configuraban las expectativas y prefiguraban, por tanto, los efectos posibles de la lectura. Este proceso desembocaría en una especie de búsqueda criptográfica, llevada a cabo por los lectores, de los efectos sobre los cuales había tratado la instrucción. En cierto modo, es verdad que las personas escolarizadas aprendemos a leer los textos literarios de acuerdo con exigencias similares a las que se aplican en campos del saber tan distintos como la biología y la matemática. Sin embargo, o bien ese aprendizaje no es un logro completo, o si lo es, habría que decir que compite desfavorablemente con otras instancias de aprendizaje cultural. Con la progresiva influencia de los medios electrónicos de comunicación y el consecuente desplazamiento de la escuela y de otras instituciones tradicionales como agencias primordiales en la imposición de lecturas preferenciales, el panorama descrito por los estudios de lectura se ha visto drásticamente modificado. Por un lado, el alcance social y la variedad de estilos, temáticas y contenidos que posibilitan medios como el cine y la televisión llevarían a desconfiar de hipótesis acerca de expectativas tan uniformemente compartidas por los espectadores/lectores. Por otro lado, es razonable suponer que las propias prácticas de consumo cultural arrastran, por así decir, las reglas que tornarían inteligibles y estéticamente placenteros los textos. En virtud de estas circunstancias, los estudios de lectura aportarían algunos elementos muy generales para los estudios de recepción, tales como la función de las agencias culturales referida a imponer lecturas preferenciales, y a la férrea uniformidad de expectativas e inclinaciones de los lectores. Por lo demás, esta línea de estudios ha enfatizado exclusivamente la cuestión de la lectura literaria, un proceso que aunque tiene su lugar en la esfera del esparcimiento (3), se aplica sobre un medio de comunicación que demanda del receptor una clase de participación muy diferente de la que reclaman medios como la televisión, el cine o el teatro.

A diferencia de estos estudios, inspirados en el prestigio de la literatura y en la importancia decisiva adjudicada a la correcta interpretación de los textos, desde las ciencias sociales han surgido corrientes de trabajo que se aplicaron a la cuestión de la

recepción a partir de planteamientos y motivaciones diferentes. Al menos dos de tales corrientes proceden de los estudios norteamericanos acerca de las audiencias mediáticas. Con diferencia de pocas décadas, dos dominantes líneas de investigación han tomado la iniciativa de los estudios de recepción, provenientes ambas de la sociología descriptiva de amplio desarrollo en las academias estadounidenses. Esta dependencia conjunta respecto de las ciencias sociales signó la adopción de métodos de búsqueda y validación de resultados, que terminó emparentando a dichas corrientes, a pesar de sus mutuas diferencias en cuanto al planteo conceptual específico.

En un caso, suele imputarse a los pánicos originados (4) por la sucesiva aparición de nuevos medios de comunicación registrada durante el siglo XX la creciente preocupación por la relación entre las audiencias y los mensajes que, gracias a las nuevas tecnologías y dispositivos, comenzaron a circular y a ser consumidos por mayor cantidad de personas. Naturalmente, el temor que podía suscitar la aparente omnipotencia de los medios de comunicación con respecto a la también supuesta fragilidad intelectual de los individuos que constituían sus audiencias no fue el único factor que dio origen a los tempranos estudios de recepción. También el interés comercial de las empresas anunciantes ofició como un motivo para que se desarrollaran investigaciones en torno a los efectos que eran capaces de lograr los por entonces incipientes mensajes mediáticos. Para un sistema de medios de comunicación de masas básicamente sostenido por el aporte de la propaganda comercial es comprensible que la mayor o menor eficacia persuasiva de los anuncios cobrara un sesgo decisivo a la hora de contratar espacios destinados a una campaña publicitaria. Esto último explica el desarrollo de un procedimiento de investigación altamente sofisticado, que permite observar poblaciones muy numerosas en plazos relativamente breves. Más allá de cuál de los factores indicados haya tenido mayor gravitación en el surgimiento y posterior perfeccionamiento de esta línea de estudios de recepción, lo que consideraremos relevante es el hecho de que se asumiera como un principio básico la correlación en términos de causalidad entre los mensajes irradiados y la conducta posterior de los espectadores. Dicha suposición podría parafrasearse mediante la pregunta ¿qué hacen los medios con la gente?, la cual oficia de emblema de una concepción que adjudica a los consumidores de mensajes mediáticos una actitud pasiva e influenciabile respecto de los contenidos -morales, ideológicos, estéticos- de amplia circulación.

Frente a la cuestión por el impacto de los mensajes mediáticos, la otra línea de trabajo planteó interrogantes de un sentido inverso (5). En lugar de pretender que las audiencias estuvieran conformadas típicamente por individuos manipulables, esta corriente fundamentó sus estudios en la hipótesis de que, independientemente de los contenidos manifiestos u ocultos de los mensajes mediáticos, se abría una franja de experiencias personales que condensaban deseos, inquietudes, preocupaciones o simplemente preferencias de los espectadores. Estos últimos -se pensaba- extraían de los mensajes mediáticos gratificaciones que en muchos casos no resultaban coincidentes con las expectativas que en materia de efectos o eficacia persuasiva de los mensajes habían planteado sus propios productores. La corriente en cuestión -conocida como de los usos y gratificaciones, para diferenciarla de la otra, que se concentraba en el estudio de los efectos- enarbola la cuestión de qué hacen los públicos con los [contenidos de los] medios, y propugna un debate acerca de las posibilidades creativas y recreativas de los individuos en vista de los consumos culturales que despliegan. De esta forma, esta línea de estudios parece dar una respuesta concluyente al altamente problemático asunto del poder de la emisión. Al descontextualizar acriticamente las capacidades de resistencia de los individuos, poniéndolas por encima de toda posible manipulación, los postulados básicos de la corriente de los usos y gratificaciones parecen implicar que el monopolio del sentido se aloja en los lectores (6) -y más aún: **en cada lector**-, con lo cual el panorama cultural del consumo de bienes simbólicos resulta reducido a aspectos más o menos invariantes de eventos singulares tomados parcialmente.

4. Los supuestos de los estudios de recepción

De acuerdo con lo expuesto, nuestra línea de trabajo se orienta según algunos principios sostenidos por las corrientes de estudios de recepción brevemente indicadas. De los estudios de lectura retenemos la concepción general acerca de la función de las agencias que prescriben lecturas preferenciales sobre los textos, pero no asumimos que tales agencias logren mantener sus imposiciones de un modo incontestable y permanente. Asimismo, el énfasis que esa corriente de estudios coloca sobre los procesos de lectura literaria no se compadece con los procesos de recepción en el teatro, donde la variedad de estímulos significantes condiciona una forma de participación del espectador que desborda no sólo el intercambio de información verbal, sino incluso la competencia expresiva del lenguaje cotidiano.

La línea definida como de los usos y gratificaciones puede aportar a los estudios de recepción teatral sus conjeturas acerca de las posibilidades creativas que frente a los textos exhiben los espectadores. Aunque deberíamos matizar la creencia en una ilimitada capacidad de usar los textos y, de hecho, rechazamos el supuesto implícito acerca de un origen sólo individual de las estrategias de apropiación del sentido, la corriente de los usos y gratificaciones ofrece para nuestros estudios una sugerente concepción de los públicos, según la cual la **actividad** en lugar de la pasividad y la **selectividad** en lugar de la manipulabilidad serían características discretas de los individuos y por tanto un aspecto central de la recepción. En lo que concierne a la recepción teatral, podríamos considerar de un modo análogo dichas características, pero procurando indagar en qué consisten, cómo operan y de dónde proceden, no sólo en el transcurso de un espectáculo, sino como condicionantes de la elección por determinada pieza y como tendencias generales a favor de temáticas, géneros y estilos específicos.

Finalmente, la corriente de estudios de recepción que priorizaba los efectos por encima de otras consideraciones nos permitirá plantear, en contraposición, algunos supuestos sobre los que se fundan nuestros estudios de recepción. En primer lugar, los estudios referidos a los efectos logrados por los mensajes verbales plantean una situación altamente abstracta, en la que cada

espectador se encontraría completamente aislado respecto no sólo de las demás personas, sino también de su propia historia personal, de su competencia comunicativa, de sus hábitos de consumo, etc. En segundo lugar, la exclusiva preocupación por los efectos sólo puede mantenerse en consonancia con el supuesto acerca de la manipulabilidad de los espectadores, una concepción muy problemática si se repara en las condiciones generales en que transcurren los procesos de recepción. Esto es, los espectadores (a) consumen aquello que normalmente ellos mismos u otros miembros de su grupo de pertenencia eligen a partir de un conjunto no siempre muy amplio de opciones; (b) se apropian de los textos de acuerdo con modalidades y competencias desarrolladas o adquiridas con independencia de esos textos y (c) resignifican los textos de un modo que se deriva menos del contenido de esos textos que del intercambio comunicativo que se mantiene con los miembros del entorno social. Por último, la nula referencia de estos estudios al contexto sociocultural en que transcurren los procesos de recepción lleva a pensar en que la producción social del sentido o bien no tendría gravitación en los eventos de interpretación individual, o bien sería el resultado de una extraña suma de estos. En cualquiera de los dos casos, nos enfrentaríamos nuevamente con una intrincada dificultad. Con nuestros estudios de recepción, por ende, planteamos que las actividades sociales significantes (7), entre las que se encuentra la recepción teatral **más que nada** como un aspecto susceptible de ser estudiado a fondo, remiten a prácticas culturales más ampliamente generalizadas, las cuales permiten recuperar una perspectiva global de la vida social para comprender las formas y alcances de la intervención creativa/resistente de los individuos y para analizar cómo se orienta la acción social a partir de la producción de sentido.

5. Un ejemplo: "Decir sí"

Para ejemplificar brevemente cómo se aplican estos supuestos en un estudio de recepción específico, referiremos una parte de la investigación de campo realizada en 1995 en el marco de tres funciones especialmente organizadas para la obra "Decir sí", de Griselda Gambaro.

La puesta en escena de "Decir sí" que comentamos es un espectáculo breve (de aproximadamente 50 minutos de duración). Sólo dos personajes desarrollan la acción: El Cliente y El Peluquero. El director dispuso que las butacas de la sala rodearan en forma circular la escena, cuyos límites (paredes) estaban insinuados por delgados hilos de nylon. En el centro de la escena se dispuso un sillón giratorio, que ambientaba el espacio dándole una apariencia de peluquería de barrio. Con respecto a la trama de "Decir sí", baste con describir que la obra se ubica en la tradición del teatro del absurdo, y que El Cliente, a pesar de todo su empeño por agradar al Peluquero, sólo encuentra desprecio y arrogancia en el comportamiento del otro, quien acaba obligándolo a rasurarlo y, hacia el final, cuando aparentemente se dispone a atender a su cliente, lo asesina.

Los encuestados fueron alumnos del cuarto año de bachillerato de tres colegios de la ciudad de Tandil, una ciudad de cien mil habitantes ubicada a escasos cuatrocientos kilómetros de Buenos Aires. Las colegios fueron escogidos de acuerdo con el perfil socioeconómico de sus estudiantes. Los formularios de la encuesta que comentaremos fueron entregados y recogidos durante un intervalo dispuesto aproximadamente cinco minutos antes del final. La consigna solicitaba a nuestros espectadores que indicaran cuál podría ser el final de la obra. Las opciones consignadas en el formulario fueron: (a) El peluquero dice al cliente que todo era una broma, y lo atiende normalmente; (b) El cliente se cansa de los malos tratos y se retira indignado y (c) El peluquero se disculpa y se justifica contándole una historia personal conmovedora.

Los cuestionarios considerados en nuestro análisis suman 170, distribuidos de la siguiente manera (8): Colegio privado de la ciudad (Clase alta): 39 encuestados, Colegio público de la ciudad (Clase Media): 97, y Colegio público de zona periférica (Clase baja): 34. Un detalle de los datos obtenidos con respecto a las preferencias de géneros televisivos, y su distribución por la pertenencia a los tres colegios de la muestra, acerca de las preferencias televisivas, se expone en la tabla 1, en el apéndice. Cabe consignar que no se observaron diferencias elocuentes entre las respuestas de las mujeres y las de los varones de cada institución escolar con respecto a las opciones ofrecidas. En cambio, son significativas para nuestro análisis las correlaciones que se establecen entre el tipo de institución educativa y las respuestas obtenidas a nuestra consigna.

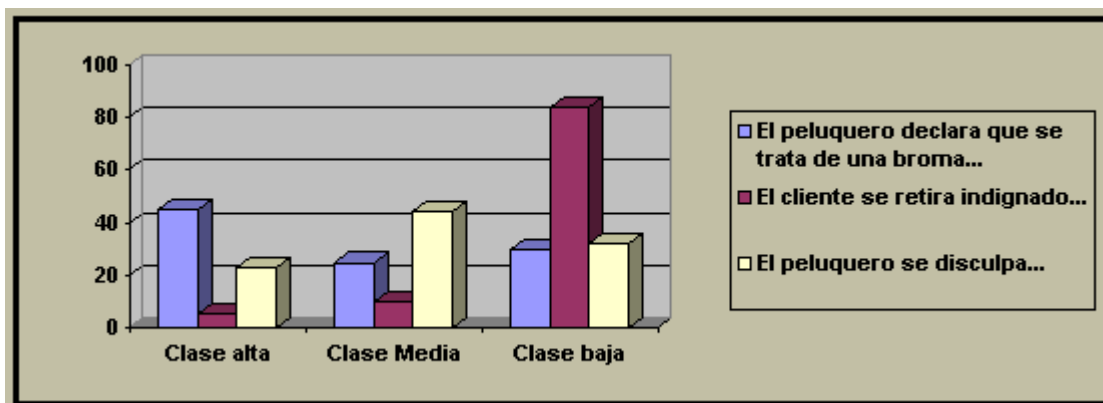
Describimos a continuación, en el cuadro 1 las respuestas obtenidas. Según puede verse, se registra una desproporción entre los individuos de cada una de las categorías consideradas respecto de las respuestas pedidas. Así, mientras el 45% de los encuestados pertenecientes a la clase socioeconómica alta marcó la opción A, el 23% de los de clase baja y sólo el 6% de los individuos de la clase media lo hizo. Esta circunstancia parece indicar una suerte de correlación entre los patrones de apropiación del espectáculo a que recurrieron los encuestados y el tipo de colegio donde asisten (o bien a la categoría socioeconómica que le adjudicamos, de acuerdo con el establecimiento educativo al que acuden).

Cuadro 1

Correlación entre colegios y opciones de respuestas al pedido de anticipación del final de "Decir sí" (en porcentajes calculados sobre el total de cada opción)

Opciones	Clase alta	Clase Media	Clase baja
El peluquero declara que se trata de una broma...	45	25	30

El cliente se retira indignado...	6	10	84
El peluquero se disculpa...	23	44	32



Nuestro estudio se apoya en algunos supuestos de diversas tradiciones, tanto de estudios literarios como de las ciencias sociales. Como la corriente de los usos y gratificaciones, este trabajo propone considerar a los espectadores como personas activas, capaces de vérselas con los textos y de decodificarlos de formas no previstas por los propios productores. Como la corriente de los efectos, consideramos metodológicamente útil el procedimiento de las encuestas, que permiten tratar grandes porciones de información y observar el comportamiento de una audiencia numerosa. El objetivo de los estudios de recepción que nos hemos trazado consiste en formular comparaciones entre aspectos diversos de los espectáculos teatrales, concernientes o no a los contenidos explícitos de las obras, y la forma general de respuesta de los espectadores ante tales aspectos.

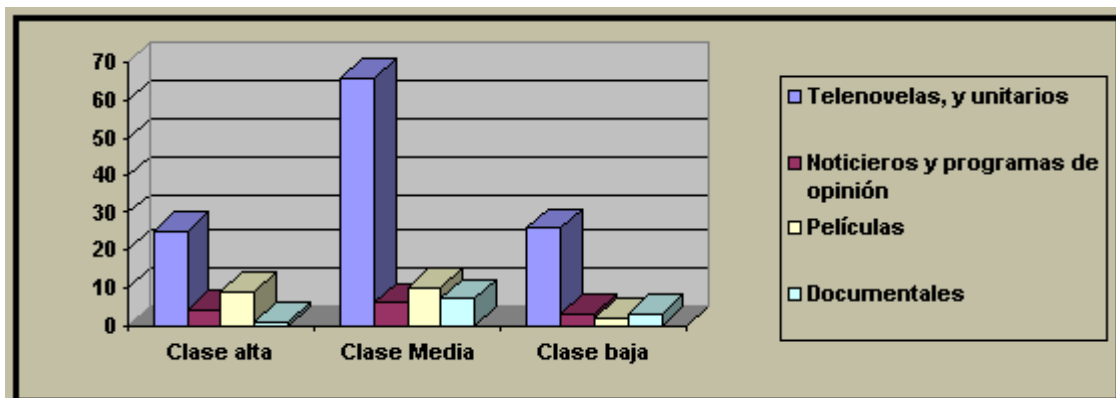
Interpretamos los resultados de esas comparaciones en referencia al sistema sociocultural circundante, al cual concebimos como una configuración histórica de prácticas sociales, de formas de usos y de comunidades de interpretación. En principio, sostenemos que como no está claro si el sistema sociocultural se comporta de modo autónomo respecto de las estructuras políticas y económicas, los esfuerzos encaminados a entender los procesos de recepción pueden aportar a ilustrar tan compleja cuestión. Por ello, nuestros estudios de campo proceden a partir de la pregunta orientadora ¿en qué aspectos se diferencian los públicos específicos en la producción social del sentido?

Dejamos planteada la inquietud de esbozar algún tipo de conclusión para los datos expuestos en el cuadro 1. Como estudiosos de la recepción, confiamos en las capacidades del lector para suplir las deficiencias y completar las omisiones del texto.

Apéndice

Tabla 1 Distribución de preferencias televisivas

	Clase alta	Clase Media	Clase baja
Telenovelas, y unitarios	25	66	26
Noticieros y programas de opinión	4	6	3
Películas	9	10	2
Documentales	1	7	3



Bibliografía

Fiske, John. (1987) *Television Culture*. Londres, Methuen.

Jensen, Klaus y Rosengren, Karl. (1997) "Cinco tradiciones en busca del público". En Dayan, D. (Ed.) *En busca del público*. Barcelona, Gedisa, pp. 335-370.

Lull, James (1997) *Medios, comunicación cultural. Aproximación global*. Buenos Aires, Amorrortu,

Morley, David. (1996) *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires, Amorrortu.

Pavis, P. (1980:28). "Pour une esthétique de la réception théâtrale". En Regis Durand, ed., *La relation Théâtrale*, París: Presses Universitaires de Lille. pp.27-54.

Richards, Ian (1929) *Practical criticism*. Nueva York, Harcourt, Brace and World.

Santagada, Miguel (1992) "La recepción teatral desde un punto de vista no informático". En *La Escalera*, II, Tandil, pp. 73-84;

(1995) "La noción de autoridad moral en "En Familia", de F. Sánchez". Publicado en "Las ópticas convergentes", Tandil, UNICEN, Tandil, pp.88-104.

(1996) "La recepción en el teatro: ¿Comportamiento individual o práctica significativa?" En *La Escalera* V, Tandil, pp. 143-153.

Watt, I. (1957). *The Rise of the Novel*. Londres, Penguin.

Williams, Raymond. (1980) *Marxismo y Literatura*. Barcelona, Península.

Notas

- 1 Para una introducción a los estudios de recepción teatral pueden consultarse: Santagada, Miguel (1992; 1995 y 1996).
- 2 Véase Pavis, P. (1980:28).
- 3 Cfr. Watt, I. (1957).
- 4 Jensen & Rosengren (1997:337)
- 5 Entre muchas otras introducciones y referencias, pueden consultarse: Lull, James (1997); Morley, David. (1996:82 ss). Jensen et al. . (Op. cit.)
- 6 Una cita representativa de esta corriente ilustra la posición descrita: Los programas son producidos, distribuidos y definidos por la industria. Los textos son el producto de sus lectores. (Cfr. Fiske, (1987:87)
- 7 Williams, R. (1980) *Marxismo y Literatura*. Barcelona, Península.
- 8 Podrá objetarse el rótulo con que identificamos a cada una de las categorías socioeconómicas, pero lo cierto es que los estudiantes provienen de tres colegios bien diferenciados por el nivel de ingresos y la ocupación de sus padres, la zona geográfica donde residen, etc.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Santagada, Miguel Ángel (1999): Preocupaciones y supuestos en los estudios de recepción teatral. *Revista Latina de Comunicación Social*, 18. Recuperado el x de xxxx de 200x de:

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999gjn/77sant/agada.htm>