

**ENFRENTANDO LA DIVERSIDAD  
ESTUDIOS DE RECEPCIÓN TELEVISIVA  
EN MÉXICO**

**GUILLERMO OROZCO GÓMEZ**

Universidad de Guadalajara  
gorozco@udgserv.cencar.udg.mx

**REBECA PADILLA DE LA TORRE**

Universidad Autónoma de Aguascalientes

Dar cuenta de los estudios de recepción televisiva en México es ubicarnos históricamente en las corrientes teóricas que les dieron origen y en el debate sobre las posibilidades y limitaciones a las cuales cada una conducía. En México, se ha hecho un esfuerzo por avanzar simultáneamente desde diferentes perspectivas en este subcampo de la investigación de la comunicación, lo cual ha conducido básicamente a la comprensión del proceso de ver televisión como un fenómeno complejo, diversificado y especialmente relevante para la construcción del campo de conocimiento de la comunicación en torno a la “producción de sentido común, la cual se torna cada vez más compleja debido a la mediación de la tecnología comunicativa en las interacciones sociales “. (Fuentes, 2000)

Una de las principales contribuciones de los estudios de recepción televisiva (ERT, en adelante) ha sido su cuestionamiento a los paradigmas fundamentales que han guiado a los estudios de comunicación. El modelo de “efectos de los medios” y la teoría crítica marxista se abordaron críticamente y se propuso una ruptura frente a sus explicaciones deterministas y reduccionistas de la relación de los individuos con los medios. Nuevas perspectivas como el “modelo de los usos y gratificaciones”, permitió comprobar empíricamente que en el proceso de recepción

surgía una audiencia activa frente al contenido de los medios. Además, el desarrollo de “los estudios culturales” rompió la relación de la recepción sólo con los medios y la integró a “la cultura de lo cotidiano”. Aunado a estas aportaciones, en México y en toda América Latina ejerce particular influencia la publicación del libro *De los medios a las mediaciones* de Jesús Martín Barbero (1987), quien propone a la mediación como un concepto analítico para abordar la interacción de la televisión con sus audiencias. La mediación es “esa instancia cultural desde donde el público de los medios produce y se apropia del significado y del sentido del proceso comunicativo”.

Empíricamente, la mediación cultural ha sido entendida como un conjunto de mediaciones por las cuales los individuos son configurados en su interacción con la televisión desde la política, la economía, la clase social, el género, la edad, la etnicidad, las condiciones y situaciones contextuales, las instituciones y los movimientos sociales (Orozco, 1994). El modelo de las multimediaciones representó otorgar un nuevo papel al proceso de recepción frente a los medios.

La comprensión del proceso de comunicación desde otro lugar epistemológico y teórico, significó dejar la linealidad y complejizar la interacción de las audiencias con la comunicación mediática; trajo consigo además nuevas formas de cuestionar la recepción e investigarla también. La búsqueda por el control y la medición de los efectos de los medios en las personas, se trasladó a la búsqueda cualitativa, al entendimiento profundo e integral de la recepción necesariamente en la conformación de las identidades y de la producción de su cultura en los complejos procesos de negociación y construcción de las significaciones sociales.

Otra ruptura fue el abandono de la “objetividad” científica al asumir explícitamente una postura política

respecto a la tarea de investigación al encauzar la generación de conocimientos para apoyar los procesos democráticos que se viven en nuestro país como en el resto de Latinoamérica. Además, las inquietudes por recuperar la riqueza de los escenarios específicos en donde se llevaba a cabo la recepción, revitalizó la práctica empírica frente a la investigación centrada en la discusión de las ideas y la crítica al desempeño de los medios.

María Immacolata Vasallo de Lopes (1995) otorga estos avances a la mediación, sin embargo advierte que aún es una teoría en construcción que ha elaborado una estrategia metodológica para construir un nuevo objeto de estudio pero que el desplazamiento del enfoque ideológico apoyado en la sociología política y la semiótica al enfoque centrado en la cultura y subjetividad, utilizando conocimientos desde la antropología y la psicología ha disuelto las categorías políticas del poder que aún están presentes en las prácticas cotidianas.

Entre la determinación de los paradigmas fundamentales y la ambivalencia culturalista, Vasallo define la recepción como:

un proceso no reductible a lo psicológico o a lo cotidiano, sino profundamente cultural y político. Los procesos de recepción son parte integrante de las prácticas culturales que articulan procesos tanto subjetivos como objetivos, tanto micro como macro. La recepción es un contexto complejo y contradictorio, multidimensional, en que las personas viven su cotidianidad, se inscriben en relaciones estructurales e históricas, en las cuales extrapolan sus prácticas... (Vasallo:1995:86)

Teóricamente, se pueden integrar todos estos elementos en una definición, pero ¿qué ha sucedido en el campo de la investigación empírica?, ¿cómo se ha resuelto el estudio de la recepción televisiva en los hechos?

Florencia Saintout (1998) se pregunta ¿de qué estamos hablando cuando hablamos de recepción? Y al revisar varios estudios de recepción<sup>1</sup> se encontró ante múltiples perspectivas teóricas, múltiples objetos de estudio, múltiples formas de construir la subjetividad y metodologías múltiples también. Sería difícil relatar en este espacio todas estas opciones, los trabajos de recepción se han diversificado y complejizado, además la trayectoria de varios investigadores ha madurado y sus primeros intereses contrastan con sus trabajos más recientes, sin embargo, intentaremos reconstruir el panorama señalando líneas de investigación representativas que han logrado aportaciones significativas y que facilitaron el camino a las búsquedas actualmente vigentes.

#### *La diversidad se manifiesta*

En México la investigación sobre los efectos de la televisión predominó en los estudios de televisión, con casi el 75%. (Sánchez, 1989) Desde el trabajo pionero de Cremoux (1968), hasta finales de los ochentas, estos estudios denunciaron la influencia negativa de la televisión comercial en los niños y jóvenes, en este sentido crítico, la investigación de Montoya y Rebeil (1983), intentan superar el modelo funcionalista y aún cuando prevalece en ella una explicación de la "contaminación" de las audiencias por la ideología dominante, se detecta el papel de la TV comercial como "educador informal".

Debido al reconocimiento del impacto ideológico de la televisión, en México se privilegió el estudio de la vinculación entre la ideología nacionalista posrevolucionaria y la televisión. Existen varios trabajos de investigación compa-

---

<sup>1</sup> Se centró en aquellos publicados en la revista *Comunicación y Sociedad*, editada por el Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara, elección que se debió a que representa uno de los espacios más importantes de discusión en el campo.

rativa entre las transmisiones de las informaciones y valores adecuados, de acuerdo a la ideología del aparato educativo del estado, con los mensajes dominantes de la programación televisiva.<sup>2</sup> (Orozco, 1992)

Maya y Silva (1987) y Charles (1987), ésta última con un enfoque culturalista, indagaron la socialización y el papel de la TV en la creación de la identidad nacional. Junto con los trabajos de Sánchez (1987, 1989), se exploraron diferentes vetas de efectos en diversas edades y estratos socioeconómicos. El estudio de Enrique Sánchez además de registrar una serie de efectos de la TV, mostró que estos efectos son diferenciales para la audiencia; que la televisión es el medio con mayor credibilidad, aunque con sus variantes; por ejemplo, la clase social emerge como el principal diferenciador del impacto de la TV en los niños, además es uno de los pocos estudios mexicanos de la TV realizado con una audiencia fuera de la ciudad de México.

Dentro de la tradición de Usos y Gratificaciones, Rota (1982), Malagamba (1986) y Fernández Collado, Baptista y Elkes (1986) han contribuido substancialmente al "mundo" de las necesidades de los niños mexicanos y sus preferencias de medios, sin embargo éstos estudios otorgaron un excesivo énfasis en el papel y el grado de libertad de la audiencia para interactuar con los mensajes de la TV. Un estudio de Rota y Tremmel (1989) contribuye con sus resultados explicando que la identidad cultural y nacional son modelos complejos desarrollados como resultado de varias influencias y procesos. Concluyen que las identida-

---

<sup>2</sup> En el artículo de Orozco, "El niño como aprendiz y televidente en los estudios de audiencia en México (1968-1990)" (1992), se expone la polémica en torno al énfasis de la educación en México en el desarrollo armónico del niño como miembro de una comunidad nacional a través de la transmisión de información y valores "adecuados", más que el énfasis en el desarrollo de las capacidades cognoscitivas del niño, así como también el papel de la investigación en estas tareas.

des no pueden cambiarse fácilmente ante la exposición de los niños a la TV. Malagamba (1986) refuerza estas contribuciones al mostrar empíricamente la complejidad de la relación entre TV y audiencias, y cuestiona la supuesta influencia monolítica de los programas extranjeros sobre niños que viven en la frontera.

Los estudios de efectos se vieron confrontados con sus resultados al develar paulatinamente otros elementos que intervienen en el proceso de recepción. En esta época pionera, se gesta el estudio de los usos sociales de la programación televisiva. El énfasis en el proceso de recepción televisiva en lugar de la denuncia o medición de sus efectos tiene su origen en un estudio ya casi olvidado, realizado en el Centro para el Estudio de Medios y Procedimientos Avanzados de Educación en la ciudad de México (CEMPAE, 1976), aun cuando algunas de sus explicaciones se han superado, su acierto fue intuir que la interacción de los niños con la TV se ve influida por el contexto familiar y el papel de la madre así como la escuela y los maestros del niño.

En la Universidad Autónoma Metropolitana un grupo de investigadoras (Corona, De la Peza y Zires) analizaron la participación del receptor infantil abriendo una línea alternativa inspirada en teorías psicoanalíticas que incluyeran tanto la dimensión cognoscitiva como la afectiva y un enfoque sociológico con Pierre Bourdieu para examinar el modo en que los niños se apropian y atribuyen sentido a los héroes de la TV en sus juegos. (Corona, 1989) Sus resultados definieron que la formación de los sujetos debe interpretarse dialécticamente como un proceso de características individuales así como sociales.

“Estos trabajos de investigación en algunos aspectos fueron pioneros al estudiar al niño desde sus múltiples determinaciones y desmitificar el impacto y los efectos únicos de los medios masivos de comunicación, permitiendo ver,

frente al receptor-pasivo, al sujeto activo en su propia sujeción" (Corona:2000:99).

En el ámbito de la educación, Orozco (1988) desarrolla otra línea de investigación centrada en las mediaciones de los niños en su interacción con la TV, integra teorías psicológicas y sociológicas del conocimiento para examinar cómo las instituciones socializantes (familia y escuela) interactúan con la TV y median en el aprendizaje de significaciones de los niños y en sus procesos de recepción televisiva. A partir de trabajo empírico y debates teórico-epistemológicos, este autor ha construido las categorías analíticas de las "comunidades interpretativas" específicas, los "guiones mentales", los "escenarios de la recepción" y la construcción metodológica para abordar al proceso de recepción inserto en sus mediaciones.

Otra dimensión en la cual han desembocado los estudios de recepción, ligados al quehacer educativo, es la inquietud por descubrir los elementos que obstaculizan una recepción más selectiva, inteligente y productiva de los segmentos de las teleaudiencias investigadas y en el interés por generar algunos mecanismos y estrategias, sobre todo educativas, para modificar las situaciones encontradas en la investigación o aprovechar educativamente al medio "educación para la recepción" (Charles y Orozco,1997), (Corona,1983). Estos esfuerzos no se orientaron a la formulación de grandes políticas públicas, sino a la propuesta de estrategias más caseras para realizarse en micro-escenarios.

Desde finales de los ochenta y hasta 1996, gran parte de la comprensión de las audiencias infantiles en relación con familias y escuelas se dio en el Programa Institucional de Investigación y Prácticas Sociales de la Universidad Iberoamericana, con gran impacto no sólo en México sino en América Latina. Aportó conocimientos para la definición de una perspectiva innovadora de educación de las audiencias "televidenciar", pero también dieron madurez

teórica, y particularmente metodológica a los ERT. Como se mencionó al inicio de este artículo, el "Modelo de la Mediación Múltiple" es quizá la aportación más sobresaliente de este esfuerzo investigativo (Orozco,1991) Asimismo, se exploraron diversas estrategias metodológicas, como el psicodrama, para captar aquellos aspectos emotivos en los procesos de recepción de los niños y los conflictos que el ver televisión ocasionaba en su ámbito familiar y en su rendimiento educativo (Cornejo,1992). Las intervenciones de los padres en los procesos de ver televisión, así como sus concepciones pedagógicas y disciplinarias en tanto mediaciones concretas intervinientes en el papel que juega la televisión entre los niños fueron aspectos centrales en estas investigaciones, tanto como los patrones de comunicación familiar en tanto contexto y a la vez mediación de los vínculos entre los niños y los referentes televisivos.

Entonces, dentro de los estudios de audiencia se distingue la veta de las múltiples mediaciones que intervienen y estructuran las televidencias de la audiencia, ya sea provocando su representación o recreación, otra buscaría enfatizar en la recepción televisiva la negociación entre mensajes y miembros de la audiencia.

En la Universidad de Colima, Jorge González liderea el Programa Cultura, que representa un importante polo de generación de conocimientos en el campo de los ERT, se distingue por su ubicación fuera de la centralización de las comunidades de investigación en las principales ciudades del país. Desde los ochenta, González desarrolla la corriente de "los frentes culturales", esta propuesta consiste en demostrar que existe una disputa por la validación simbólica, en la que cada grupo sociocultural participa para hacer valer su identidad cultural. González (1986) coordinaría varios esfuerzos en la comprensión de la comunicación como "un proceso de construcción, de/construcción, re/construcción de múltiples efectos de sentido, a partir del



lugar que los interlocutores ocupan en la trama de las relaciones de fuerza que se circunscriben en relación con el dominio de un campo ideológico preciso". (González:1986:40)

En este programa, a partir de la intersección de las áreas de Frentes Culturales e Industrias Culturales se desarrolla el proyecto sobre el Melodrama televisivo y vida cotidiana. Ha logrado importantes aportaciones en la comprensión de las relaciones, usos y apropiaciones sociales de los públicos con este género televisivo. El estudio del fenómeno se dio a través de una doble aproximación, tanto macro y cuantitativa como focalizada para conocer los modos en que las familias relacionan su vida doméstica con las telenovelas.

Este trabajo cuenta con varias experiencias de estudios empíricos con propuestas de metodologías para su estudio etnográfico (López,1998), (González y Mugnaini,1998), (Uribe,1998) y (Covarrubias, 1998). Otros trabajos del grupo propusieron metodologías innovadoras como Valenzuela (1998) que relacionó los dibujos de los niños con telenovelas y Covarrubias (1998) que a partir de la comparación de los resultados que arrojaron diferentes grupos de discusión, realizados en varias ciudades, reconstruyó la "mirada social" hacia una telenovela ("Mirada de Mujer"). Estos estudios forman parte de una compilación del libro y categoría analítica de la "Cofradía de las emociones (in)terminables". El interés por productos culturales populares como la telenovela continúa vigente y se proyecta al siglo XXI, en tanto que las telenovelas en la región siguen siendo el género televisivo de mayor popularidad.

González ofrece una evaluación del trabajo realizado en el programa:

Al final, nos queda la imagen de un tipo de relación cíclica, con rupturas episódicas, profundamente erótica, pero mercantil, enraizada en la familia, pero de alcance definitiva-

mente mundial, de significaciones industrialmente codificadas, pero sentidos negociados (a veces en términos leoninos) en la cotidianidad. (González, Regillo, 1992)

Además explica que no son suficientes el trabajo cuantitativo que se emprendió en varias ciudades del país para explorar la recepción de telenovelas, ni las observaciones etnográficas para comprender las lecturas que en diferentes contextos las familias mexicanas otorgan a las telenovelas, “falta una labor de análisis e interpretación de las trayectorias que han trazado estos estudios para acercarnos mejor a la pregunta de cómo se han creado los profesionales y los públicos de la cultura de la telenovelas”. (González, 1988)

### *La diversidad se asume*

Los ERT encontraron su vitalidad y riqueza en el ámbito de la cultura y después del desplazamiento “de los medios a las mediaciones”, algunas voces reclaman “el retorno a los medios” (Sánchez, 2000). Se abre el debate, desde la sociología, que denuncia al culturalismo como una moda académica que desvaloriza otros enfoques, debilitando el campo de los ERT en tiempos en los cuales el desarrollo de la producción y distribución mediática globalizada reclama la inclusión de la economía y la política. Los estudios en torno a las tendencias en la oferta programática televisiva se proponen como indispensables para comprender las reconfiguraciones y el impacto que sin duda tendrán en las audiencias los avances tecnológicos y las nuevas condiciones de mercado, representadas en las agrupaciones geopolíticas como el TLC, el Mercosur o la Comunidad Económica Europea, (Lozano, 1996), (Sánchez, 1996, 2000), (Hernández, 2000).

La inquietud por indagar la relación de la oferta televisiva cada vez más globalizada en el contexto familiar ha sido abordada por Martha Renero (1995) preguntándose:

¿la diversificación de la oferta implica una diversificación de las audiencias? De acuerdo a este estudio, centrado en los usos y significados que la familia atribuye al “ver televisión” se detectó el papel central que ejerce la mujer y madre en el ámbito doméstico, además el consumo de programación televisiva en inglés es comprendida por las familias con buen nivel económico y con hijos en escuelas privadas como símbolo de *status*.

Otro estudio en esta línea es el de Armando Ibarra (1998) quien investiga el proceso de recepción televisiva y su participación en la constitución de las identidades, mediante una aproximación etnográfica a tres familias tapatías, exploró sus pensamientos y sentimientos acerca de lo visto en la agenda televisiva en contraste con su cultura local. En este estudio las familias percibieron el ser tapatío como algo que tiene raíces en tradiciones pasadas, edificios, símbolos con los cuales se identifican, su equipo de fútbol, acentuando sus sentimientos de pertenencia primero a su localidad y después a su país ante la proliferación de programas extranjeros; sin embargo, este hecho no contradice disfrutar de rasgos de otras culturas, como por ejemplo el rock norteamericano.

La familia se ha privilegiado como centro del análisis en los ERT, pero cabe hacer notar que no se aborda como una institución monolítica sino que además de la mirada de los niños se indaga en la vinculación de este medio con los jóvenes, la mujer y/o el papel de la madre (Renero, 1996, 1997, 1999). En estas investigaciones se confirma que en las instituciones familiares y escolares de todos los estratos sociales influyen varios factores para moldear la particular influencia de la televisión en los jóvenes, también se indagó el papel de la televisión en la construcción cotidiana de los jóvenes en el uso de su tiempo libre en el espacio privado de su hogar. En otra perspectiva, esta autora también ha investigado tanto la producción como la recep-

ción de programas de *talk show* en México entre audiencias femeninas. En este sentido faltaría mayor número de estudios que distingan la circunstancia específica de los televidentes de acuerdo con su edad, género y el lugar que ocupan en una familia.

Debido al contexto político que se vive en México, otra tarea que cobra especial relevancia es el estudio del uso y la resemantización de la información política por segmentos de audiencia específicos, durante y fuera de tiempos electorales. Aceves (1998) analizó tanto los patrones de exposición a los medios y el uso que los receptores realizan de la información política que transmiten como la cobertura informativa que los medios otorgan al proceso electoral, durante el llevado a cabo en 1994 en la ciudad de Guadalajara. Encontró los siguientes hallazgos de investigación: “el incremento a la exposición no depende de la actividad desarrollada por los medios, ni tampoco de la relevancia del acontecimiento político, sino fundamentalmente por el grado de interés que los usuarios conceden al mismo”; la importancia incuestionable que los usuarios otorgan a la televisión, el 75.5% de los interrogados afirmó que el principal medio para informarse sobre asuntos políticos es la televisión, calificando su información como la mejor, la más completa y la más veraz; así como el papel principal que la comunicación interpersonal, es decir la ejercida en los núcleos familiares y de amigos, tiene en la construcción de las imágenes de los usuarios acerca de los personajes políticos.

El cruce de socialización política y televisión representa un reto para su investigación debido a la heterogeneidad teórico-metodológica que representan ambas dimensiones, característica que comparten la mayoría de los ERT. Armando Ibarra (2000) enfrenta el trabajo de analizar la literatura mundial al respecto con el fin de construir - con sus elementos más destacables- una multimetodología

como estrategia adecuada para generar un conocimiento más pertinente sobre el papel de la televisión en la socialización política de las audiencias.

A partir de 1993, se ha venido gestando desde México una línea de investigación de recepción de noticias enfocada a explorar cualitativamente los usos que las familias hacen de la información noticiosa de la televisión, las maneras en que las incorporan a su cultura política y cotidiana, y, especialmente, el sentido que retoman las noticias televisivas en su identidad ciudadana y en su visión de ubicación en el mundo y frente a los otros. Sustentados en la categoría analítica de los "supertemas" se han desarrollado dos investigaciones sustantivas en esta línea; la primera de manera comparativa entre siete países (Orozco, 1998) y la segunda también comparativa, pero entre dos regiones de un mismo país (ciudad de México y León, Guanajuato), con el objetivo de observar la ubicación geopolítica de las audiencias y sus sentidos de pertenencia nacional, como mediación territorial e identitaria en sus procesos de recepción televisiva. Estas investigaciones abren una brecha productiva para continuar indagando la dinámica por la cual la televisión, las noticias y sus audiencias asumen la ciudadanía en referencia al acontecer social y, particularmente, para explorar los nuevos mecanismos de interpelación televisiva de las audiencias en este fin de milenio.

Actualmente, se emprende un ambicioso proyecto en el terreno de los ERT. En 1999 se estableció la Cátedra Televisa para impulsar el estudio de los públicos y promover la investigación científica de las audiencias mexicanas. El Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey obtuvo la cátedra con el proyecto presentado por José Carlos Lozano, "Televisión y vida cotidiana" el cual tiene como objetivos generar información cuantitativa y cualitativa sobre los contenidos televisivos; generar propuestas de desarrollo de este medio de comunicación sobre sus usos y

funciones sociales y formar y capacitar para la investigación y el análisis de la televisión mexicana.

El estudio se planteaba tanto en términos cuantitativos, mediante el levantamiento de encuestas como cualitativamente con sesiones de grupos de discusión. El levantamiento de datos se llevó a cabo en tres ciudades, Monterrey, Guadalajara y México, Distrito Federal con la participación de profesores y alumnos de los *campus* en cada lugar. Las preguntas de investigación eran varias; sin embargo, pueden concentrarse en: ¿cómo estructuran la programación y los horarios televisivos las personas en su vida cotidiana y actividades diarias?, ¿en qué momento del día y en qué lugares se ve TV, con quién, con qué propósito, con qué grado de atención?

El proyecto representa un esfuerzo por vincular la tarea de investigación y docente con una empresa privada y posibilita mediante el otorgamiento de recursos suficientes el logro de varios productos como publicaciones, guías bibliográficas y hemerográficas, indicadores básicos respecto a las audiencias y la programación televisiva, y la difusión de resultados a través de otros medios como la radio y páginas en el WEB.

### *¿Qué sabemos de la diversidad?*

Como se ha relatado brevemente, se ha indagado sobre públicos y por tanto sabemos un poco más acerca de pautas de exposición y uso, especialmente de las audiencias televisivas, pero hemos ignorado en gran medida las audiencias de otros medios. En virtud de las tradiciones teóricas, algunos estudios han sobreenfatizado las influencias más o menos directas de los medios sobre sus públicos, mientras que en otros casos se ha exagerado la libertad y actividad de las audiencias. La perspectiva se mesura y los investigadores reconocen que ciertamente las audiencias son heterogéneas y capaces de relacionarse de manera ac-

tiva y diferenciada con la televisión, siendo sus competencias sociales y culturales determinantes en la producción de significados; como también es cierto que su crítica y análisis están limitados tanto por el marco de experiencias televisadas que se ofrece, como por las mediaciones: es decir, las múltiples circunstancias del entorno en el cual se reciben:

entender cómo la audiencia juega con la mediación múltiple en su interacción con la TV. Esta sugerencia implica al menos dos consideraciones. Una es la necesidad de analizar el juego de la mediación en contextos socioculturales específicos, y la otra es la necesidad de captar la agencia de las audiencias dentro de la multiplicidad de las mediaciones. (Orozco:1994)

Además del problema que implica ubicar a las audiencias en una comprensión adecuada en cuanto al poder de su agencia, otro reto de los ERT ha sido trasladar el objeto de estudio de los medios, a las mediaciones, a la producción de sentido (Caletti en Herrán: 1994) y ahora ¿de vuelta a los medios? o como propone Sarah Corona(2000), olvidarnos de los medios y ¿centrarnos en el individuo?

“Estudiar “receptores” permite conocer parcialmente la significación que grupos distintos atribuyen a la tecnología comunicativa; sin embargo, si partimos de que los medios son una de tantas instancias, uno de tantos objetos con los que el sujeto se relaciona de forma compleja, es necesario desplazar la mirada de los medios a los sujetos, de lo que segmentos de la sociedad hacen con la producción mediática, hacia la producción comunicativa de los actores sociales”. (Corona:2000:104)

Quizás éstas sean trayectorias complejas que se deban recorrer para comprender de manera integral a la recepción, al papel que juegan los medios en la producción social de sentido y de nuevo a las condiciones en las cuales la emisión propone referentes simbólicos. Aún se busca la

integración de estos elementos para construir a la recepción televisiva como un objeto de estudio que incluya todas sus posibilidades de manera consistente.

Entonces la recepción se propone como un proceso dialéctico en el que participan las diferentes mediaciones: macro, micro e intermedias (Orozco,1994). Este esfuerzo epistemológico es necesario para la formulación de una adecuada metodología que permita, por una parte, eludir tanto relativismo con los medios, y por otra, ir construyendo un “conjunto de concepciones jerárquicas de complejidad” que involucre una “estructuración activa” del objeto de estudio (Sánchez,1992).

Fuentes y Sánchez (1992) reconocen los logros teóricos y metodológicos de los ERT para incluir la miríada de variables y factores del proceso en diversos niveles; afirman sin embargo que los medios ejercen “de hecho” influencias variadas sobre sus públicos que puesta en perspectiva histórica constituyen un componente central en la cultura, economía y política de México. Se ha descubierto la “punta del iceberg” pero aún falta mucho trabajo teórico y empírico para integrar todas las dimensiones, niveles, articulaciones y mediaciones en marcos teóricos coherentes, que generen más y mejores preguntas concretas de investigación” (Sánchez:1992).

En este sentido, la experiencia de los ERT ha permitido un replanteamiento del concepto de recepción, debido a su insuficiencia epistemológica, se centra en el quehacer de enfrentar la complejidad que representa la “televigencia”, “esto es la multidimensionalidad de las interacciones que movilizan las diversas espacialidades y temporalidades desde las que el sujeto individual y colectivo procesa los discursos y las narrativas, las mitologías y los imaginarios del telever” (Orozco,2000). Así, el concepto de “recepción” queda corto ante lo que significa comprender el proceso de



manera integral y se sugiere en su lugar “el estudio de las televidencias”, ET.

Orozco (2000) propone para la exploración integral del proceso de la televidencia, su seguimiento en diversos escenarios, lo cual supone analizar las interacciones de la audiencia con cada una de las tres dimensiones de la TV que denomina: “la institucionalidad televisiva”, en cuanto agenciadora de mediaciones cognitivo-ideológicas; “la mediación”, en cuanto a su capacidad expresiva como medio de comunicación, manifestada en los formatos y géneros y “la tecnicidad”, que se refiere al conjunto de pautas y “guiones” involucrados en la transmisión del referente mediático y que se manifiestan en las “competencias comunicativas” de las audiencias, es decir, su capacidad para interactuar y comprender al medio, y a su vez, producir sentido a partir de los referentes que han percibido en él.

El proceso de la televidencia, entonces es 'de facto' un proceso compuesto por una serie de miniprocesos, sobre los cuales hay que explorar y recoger una serie de evidencias para su adecuada comprensión. No se trata de un esfuerzo meramente cuantitativo por el cual se incluye e integra cualquier tipo de evidencia de cada parte y escenario involucrados. El problema trasciende la cantidad. Es fundamentalmente un problema metodológico, cuya racionalidad, sin embargo, no es sólo técnica, sino fundamentalmente epistemológica. (Orozco: 2000:115)

La posibilidad para abordar la televidencia de una manera más amplia invita al desafío metodológico por combinar técnicas variadas como el socio y psicodrama, técnicas proyectivas, grupos de discusión, cuestionarios, observaciones participantes y no participantes; entrevistas, experimentos, comparaciones, estudios de caso, etc. de manera coherente para “hacer sentido” de las evidencias obtenidas. La televidencia sólo se manifiesta en casos concretos, en las mediaciones y contextos específicos que la

configuran. Otro cuestionamiento que se abre en la metodología etnográfica para abordar audiencias, es el que plantea Martha Renero (2000) considerando las desigualdades en las valoraciones sociales de los saberes entre el investigador(a) y los sujetos a estudiar, ¿qué tan válidas son las inferencias o interpretaciones que se hacen desde el contexto académico y de una clase social específica hacia otras situaciones posibles de vida?

Iniciando el siglo XXI, más que nunca la investigación de la televidencia requiere continuarse como una perspectiva sustancial para hacer sentido de los múltiples procesos socioculturales y políticos, estimulados o posibilitados por la TV, que sin embargo, la trascienden, pero sin cuya comprensión precisa difícilmente podrían ser cabalmente comprendidos. El debate sigue abierto. (Orozco: 2000:118)

## BIBLIOGRAFÍA

- ACEVES, Francisco, "Información mediática, usuarios y acontecimiento político (O de cómo los usuarios utilizan la información en la construcción de los acontecimientos políticos)", en *Comunicación y Sociedad*, Guadalajara, Universidad de Guadalajara, DECS, n. 32, enero-abril 1998, p. 29-47.
- CÁTEDRA TELEVISIVA, *Proyecto Televisión y vida cotidiana*, <http://www.mty.itesm.mx/dcic/catedra/jornadas.html>, 2001.
- CHARLES, M., *Nacionalismo, educación y medios de comunicación*, Tesis de maestría, Universidad Iberoamericana, México, 1987.

- y G. Orozco, (coord.), *Educación para la recepción: hacia una lectura crítica de los medios*, México, Trillas, 1990.
- CORNEJO, Inés, “¿Cómo la ves? El psicodrama aplicado para el estudio de la recepción televisiva de los niños” en “Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva”, *Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales*, n. 6, México, Universidad Iberoamericana, 1994, p. 89-106.
- CORONA, Sarah, *Televisión y juego infantil: un encuentro cercano*, México, UAM-X, 1989.
- , “De los medios a los sujetos. Una trayectoria para abordar la comunicación desde los actores”, en Guillermo Orozco (coord.), *Lo Viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI*, Madrid, Ediciones de la Torre, 2000, p.95-108.
- CREMOUX, Raúl, *La televisión y el alumno de secundaria del Distrito Federal*. México, Centro de Estudios Educativos, CEE, 1968.
- FERNÁNDEZ COLLADO, et al., *La televisión y el niño*, México, Nueva Biblioteca Pedagógica 56, 1986.
- FUENTES, Raúl, et. al., “La investigación de la comunicación en México: tendencias y perspectivas para los noventas”, *Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales*, n. 3, México, Universidad Iberoamericana, 1992.
- , “Perspectivas socioculturales postdisciplinarias en la investigación de la comunicación” en Guillermo Orozco (coord.), *Lo Viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI*, Madrid, Ediciones de la Torre, 2000, p.17-32.

GONZÁLEZ, Jorge A., "Ex votos y retablitos: religión popular y comunicación social en México", en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, v.1, n.1, Colima, Universidad de Colima, 1986.

——— y Rossana Reguillo, "México: Volver al Futuro. Comunicación y culturas a la vuelta del milenio" en Raúl Fuentes *et al.*, *La investigación de la comunicación en México: tendencias y perspectivas para los noventas*, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, n. 3, México, Universidad Iberoamericana, 1992, p. 39-70.

——— (comp.), *La cofradía de las emociones (in)terminables: miradas sobre telenovelas en México*, Guadalajara, Universidad de Guadalajara, 1998.

HERNÁNDEZ, Francisco, "La internacionalización de la televisión: reflexiones para su investigación", en Guillermo Orozco (coord.) *Lo Viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI*, Madrid, Ediciones de la Torre, 2000.

HERRÁN, Claudia, "Un salto no dado: de las mediaciones al sentido", en Orozco, Guillermo (coord.), "Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva", *Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales*, n. 6, México, Universidad Iberoamericana, 1994, pp 29-54

IBARRA, Armando "Recepción televisiva en tres familias de Guadalajara. Primer acercamiento a su identidad tapatía", en *Comunicación y Sociedad*, n. 33 mayo-agosto de 1998, Guadalajara, Universidad de Guadalajara.

———, "Socialización política y televisión. Un recorrido por sus principales enfoques metodológicos", en Gui-

lermo Orozco (coord.), *Lo Viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI*, Madrid, Ediciones de la Torre, 2000, p.139-154.

LOZANO, José Carlos, “Oferta y recepción de televisión extranjera en México”, en *Comunicación y Sociedad*, n. 25 y 26, Guadalajara, Universidad de Guadalajara, 1996.

MALAGAMBA, A., *La TV y su impacto en la población infantil en Tijuana*, México, COLEF, 1986.

MAYA, C. y M. I. Silva, “Los medios de comunicación y los estudiantes de educación básica del Distrito Federal”, en Rebeil y Montoya (comps.), AMIC, Colima, Universidad de Colima, 1987.

OROZCO, Guillermo, *Commercial TV and children education in Mexico; the interaction of socializing institutions in the production of learning*, Tesis doctoral, Harvard, Graduate School of Education. Cambridge, EUA.

———, *Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio*, Cuadernos de comunicación y prácticas sociales, n. 2, México, Universidad Iberoamericana, 1991.

———, “El niño como aprendiz y televidente en los estudios de audiencia en México, 1968-1990”, en Fuentes, Raúl *et al.*, *La investigación de la comunicación en México: tendencias y perspectivas para los noventas*, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, n. 3, México, Universidad Iberoamericana, 1992, p. 91-111.

———, (coord.) “Recepción televisiva y mediaciones. La construcción de estrategias por la audiencia”, en *Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recep-*

*ción televisiva, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales*, n. 6, México, Universidad Iberoamericana, 1994, p. 69-88.

———, “Hay que hacer algo, pero no somos los indicados. Ambitos de mediación y supertemas en la televidencia de las noticias”, en *Comunicación y Sociedad*. Guadalajara, DECS, Universidad de Guadalajara, n. 27, mayo-agosto 1996, p. 111-140.

———, “Mexican mediations in TV news reception”, en Jensen, K. (coord.), *News of the World: World Cultures Look at Television News*, Londres, Routledge, 1998, p. 126-143.

———, “Televidencias, una perspectiva epistemológica para el análisis de las interacciones con la televisión” en Guillermo Orozco (coord.), *Lo Viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI*, Madrid, Ediciones de la Torre, 2000, p.109-120

RENERO, Martha, “Audiencias selectivas en el entorno de la oferta multiplicada; el discurso materno acerca de los usos de la televisión y otros medios”, *Comunicación y Sociedad*, Guadalajara, Universidad de Guadalajara, DECS, n. 24, mayo-agosto de 1995, p.127-153.

———, “La diversión televisiva y el moderado placer de cada día. Jóvenes, televisión y tiempo libre”, *Comunicación y Sociedad*, Guadalajara, Universidad de Guadalajara, DECS, n. 28, septiembre-diciembre de 1996, p.115-146

———, “La influencia de la televisión en la juventud es algo más que una ideología. Aproximación cualitativa a las comunidades de significación familiar”, *Co-*

*municación y Sociedad*, Guadalajara, Universidad de Guadalajara, DECS, n.29, enero-abril de 1997, p. 93-118.

———, “La producción y recepción de programa de *talk shows* en México entre audiencias femeninas”, Proyecto de tesis de doctorado, México, Universidad de Guadalajara, 1999 (manuscrito).

———, “Contar la propia vida a un extraño(a): acercamiento crítico a la etnografía de las audiencias desde la investigación de los *talk shows*” en Guillermo Orozco (coord.) “*Lo Viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI*, Madrid, Ediciones de la Torre, 2000, p.121-138.

ROTA, J., “Mexican Children’s use of Mass Media as a Source of Need Gratification” (manuscrito), México, UNAM, 1982.

——— y B. Tremmel, “Television Use and Culture Identity”, ponencia presentada en la reunión anual de la ICA, San Francisco, Estados Unidos, 1989.

SAINTOUT, Florencia “La perspectiva de la recepción de los medios masivos en la revista *Comunicación y Sociedad*. Una primera exploración”, en *Comunicación y Sociedad*, Guadalajara, DECS, Universidad de Guadalajara, núm. 32, enero-abril de 1998, p.201-226.

SÁNCHEZ, Enrique *La investigación sobre televisión en México: 1960-1988: un acercamiento descriptivo*, Guadalajara, Universidad de Guadalajara, CEIC, 1989.

———, *Medios de difusión y sociedad. Notas críticas y metodológicas*, Guadalajara, Universidad de Guadalajara, CEIC, 1992.

———, “Flujos globales, nacionales y regionales de programación televisiva. El caso de México”, en *Comunicación y Sociedad*, núm. 27, Guadalajara, Universidad de Guadalajara, DECS, 1996, pp.43-88

VASALLO DE LOPES, Immacolata, “Recepción de medios clases, poder y estructura, cuestiones teórico-metodológicas de la investigación cualitativa de la audiencia de los medios de comunicación de masas”, *Comunicación y Sociedad*, Guadalajara, DECS, Universidad de Guadalajara, n. 24, mayo-agosto de 1995, p. 85-96.