

Travesías y desafíos de la investigación de la recepción en América Latina*

Guillermo Orozco Gómez**

Reception studies regarding media, have been addressed in different ways from the Latin American perspective. As a result we have particular research approaches in the Spanish speaking world. Unlike the (Iberian) initial understanding of the *mediations* as a result of media (mass-media-tion), in the epistemological debate in Latin America its significance comes from various references, one of which is media. Therefore, the mediatic reference is no longer determinant and becomes one more piece in the communicative process as a whole.

Los estudios de recepción de los medios han tenido diferentes formas de abordarse desde la perspectiva latinoamericana, lo que ha generado actitudes de investigación particulares en el mundo hispanohablante. En el debate epistemológico, a diferencia del entendimiento inicial (ibérico) de las mediaciones, como derivaciones de los medios (mass-media-ción), en América Latina su significado deriva de diversas fuentes, sólo una de las cuales son los medios. Así, el referente mediático ya no es determinante; sólo es una mediación más del proceso comunicativo en su conjunto.

*Este texto se encuentra en línea en el Portal de la Comunicación del INCOM, Universidad Autónoma de Barcelona. <http://www.blues.uab.es/incom/portalconmunicacion/>

La versión preliminar se realizó como documento de discusión para diferentes intercambios con alumnos de posgrado e investigadores de la comunicación iberoamericanos.

**Investigador del Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara.

Comunicación y Sociedad (DECS, Universidad de Guadalajara), núm. 38, julio-diciembre, 2000, pp. 11-36.

La investigación de la recepción, un debate abierto

A diferencia de lo que ha sucedido en la península ibérica, en América Latina los estudios de recepción de medios (ERM) tienen una amplia, aunque siempre polémica, trayectoria. Sus orígenes pueden ubicarse a finales de los años sesenta, cuando la mirada de los investigadores de la comunicación se volcó intencionalmente hacia el componente del proceso comunicativo menos abordado y conocido: el sujeto receptor.

En un principio, los ERM tuvieron un parto largo y difícil, tanto porque no lograron sacudirse la racionalidad propia de los estudios efectuados dentro del “modelo de efectos” de los medios, como porque su alumbramiento cayó en un terreno surcado por contextos diferenciados y aun contrapuestos, ideológica, disciplinaria y metodológicamente.

Al igual que en el contexto internacional, numerosas corrientes teóricas o escuelas han pugnado entre sí por la pertinencia de su estudio (Jensen y Rosengren 1990) y varias disciplinas —culturalistas frente a mediáticas— se han adjudicado la perspectiva correcta para realizarlos (Saintout 1998).

Esta situación congénita de los ERM, lejos de resolverse, se ha hecho más compleja, e incluso hasta se ha polarizado en los últimos años, ya que en las diversas propuestas de investigación se han encontrado posiciones mutuamente excluyentes que pueden sintetizarse en dos grandes direcciones. Por una parte, aquellas que, ubicándose en el estudio de los medios, distinguen el proceso de la recepción y los receptores o audiencia como ámbitos y sujetos (individuales y colectivos) legítimos de análisis científico (*e.g.*, Lozano 2001; Orozco 2001). Por otra, los posicionamientos que parecen “diluir” las interacciones mediáticas de los sujetos sociales en diversos tipos de estudios culturales (*e.g.*, Piccini 1993; García-Canclini 1989).

Independientemente de las contraposiciones, algunas de las cuales también se han manifestado en América Latina como posturas de “teóricos frente a prácticos” o de “ensayistas frente a investigadores”, los ERM han constituido una veta de investigación empírica útil para la comprensión de los procesos y de los sujetos de la comunicación, y han tenido su momento de clímax o de mayor efervescencia a principios de los noventa.

En el inicio del siglo XXI, los ERM siguen siendo una arena de debates y enfrentan, sobre todo, los desafíos de la globalización y las convergencias tecnológicas, así como de la plena asunción de los sujetos sociales como audiencias múltiples. Con la intención de hacer una “puesta al día” de los ERM latinoamericanos, en las páginas siguientes hago una apreciación

crítica sólo de la travesía de los estudios empíricos de recepción, y de manera deliberada dejó fuera de consideración aquellas posiciones meramente conceptuales de algunos teóricos sobre el tema.

Importancia de los estudios de recepción en América Latina

En América Latina los ERM derivan su valor de varias fuentes y acontecimientos, científicos, socioculturales y políticos. En primer lugar, proviene de la necesidad epistemológico-teórica de conceptualizar de una u otra manera los procesos de comunicación y explorar directamente a los sujetos que participan en ellos para averiguar sus contextos, mediaciones y múltiples interacciones con los medios, y en particular con la televisión, en un intento por producir un conocimiento más integral y adecuado de los procesos comunicativos. Este interés encuentra eco en el contexto científico internacional de la investigación comunicativa, en donde se cuestionó con fuerza el modelo de “efectos de los medios”, hegemónico en la investigación hasta finales de los setenta y frente a la emergencia de nuevas preguntas de investigación, primero catalizadas en el modelo de “usos y gratificaciones”, que reconoció un papel activo a las audiencias de los medios, y después en nuevos debates sobre el papel polifacético de las audiencias en los procesos de comunicación mediática. ¿Quiénes son las audiencias? y, sobre todo, ¿qué más son las audiencias antes, durante y después de sus interacciones mediáticas?, han sido dos preguntas centrales que han inspirado los ERM en América Latina.

En segundo lugar, la importancia de los ERM se deriva también de la necesidad de un conocimiento cada vez más profundo y amplio de los procesos a través de los cuales se otorga sentido a los referentes mediáticos y se producen a partir de ellos significados concretos que evidencian su aceptación, negociación o resistencias por parte de las audiencias en la confrontación de sus identidades y en la producción cotidiana de su cultura. El desarrollo de los “estudios culturales”, impulsado de modo particular por la Escuela de Birmingham en Inglaterra, y en especial la propuesta de Hall (1980) del *Encoding/decoding* tuvieron una influencia considerable en el interés de muchos investigadores latinoamericanos de la recepción por explorar la producción cultural en referencia a los medios de información, y en específico de la televisión.

Este interés por la apropiación, negociación y reproducción de significados, sin embargo, no se inicia en América Latina con la Escuela de

Birmingham. En este continente desde hace varias décadas ha existido una creciente tradición de estudios de la cultura (Martín-Barbero y Silva 1997). Lo que se revitaliza con el auge de los estudios culturales y la sociología de la cultura británicos, y sobre todo después de la publicación del libro seminal de Martín-Barbero (1987) *De los medios a las mediaciones*, es la convicción de que no es posible estudiar y entender la comunicación fuera de la creación cultural, ni la cultura fuera de la comunicación y los medios. La recepción, entonces, adquiere un interés primordial como ámbito de investigación que permite explorar la cultura y la comunicación de manera conjunta, sin que ello haya significado siempre una adecuada incorporación de ambos campos.

En tercer lugar, la importancia de los ERM se ha derivado de una intención política de investigadores críticos de la región por abandonar las pretensiones asépticas y de objetividad de la “ciencia tradicional” (positivista, cuantitativa, funcionalista) y por abordar intencionadamente la investigación de la comunicación desde otro lugar en donde las audiencias son asumidas como conjuntos de sujetos sociales históricos, protagonistas de prácticas concretas y mediaciones, desde donde luchan por instaurar procesos democráticos.

La caída de las dictaduras de los países sudamericanos: Brasil, Uruguay, Argentina y Chile, abren en los años ochenta una coyuntura histórica en la región, que enfrenta a los investigadores ante la necesidad de explorar las nuevas reconfiguraciones de lo político y de la cultura política en particular, la participación de la ciudadanía en la esfera pública recompuesta por las nuevas realidades nacionales, por lo menos formalmente democráticas de la región, coincidentes con la proliferación de los medios y tecnologías de información y, en seguida, ante la tendencia mundial de globalización de las economías y de la información. Aunque aquí cabe señalar —de acuerdo con Vassallo de Lopes (1995)— que esta intencionalidad crítica y política en los ERM no siempre se ha reflejado en su investigación empírica en Latinoamérica, sobre todo en los estudios hechos durante la década de los ochenta. Ha faltado una operacionalización adecuada de aspectos relativos a la clase social de las audiencias, a sus relaciones e interacciones cotidianas con las estructuras de poder y a la direccionalidad de la cultura, aspectos que siguen planteando un desafío a los ERM contemporáneos en la región.

No obstante, como lo ha sintetizado Martín-Barbero (1987), no han sido sólo las limitaciones del modelo hegemónico de investigación las que han forzado a cambiar paradigmas. Han sido los “tercos hechos”,

los procesos sociales de América Latina, los que han modificado los objetos de estudio a los investigadores de la comunicación.

Los ERM derivan también su importancia y aceptación entre los investigadores por venir a reforzar, y en algunos casos hasta a inaugurar, una práctica de investigación empírica, ausente y hasta cierto punto despreciada por mucho tiempo por algunos estudiosos latinoamericanos, centrados poco en discusiones de método y datos, y mucho en discusiones de ideas.

Esta tendencia de ideologización históricamente tuvo su auge sobre todo en las décadas de los sesenta y setenta, y se enfocó en criticar desde posiciones ideológicas el desempeño de los medios de comunicación en la región, por lo que se consideraba una influencia negativa de los países primermundistas, y en especial de Estados Unidos, que al propagar la programación mediática ejercían un nuevo colonialismo (Herscovitz 1995; Orozco 1997).

Hoy, los ERM en América Latina se enfrentan al gran desafío de abordar, por una parte, la especificidad regional de los fenómenos contemporáneos relacionados con el globalizado intercambio informativo y cultural, posibilitado por los avances tecnológicos en la televisión y los demás medios y tecnologías digitales, que están incrustándose en forma acelerada en la vida cotidiana de las audiencias. Tendencia que se puede conceptualizar como una *masmediación* sin precedentes, que implica, como contraparte, una insólita *audienciación* de las sociedades actuales, y que plantea por consecuencia la necesidad de considerar que las sociedades del siglo XXI tienen que entenderse también como audiencias en sus múltiples vinculaciones con los medios y la cultura e información que ellos transmiten (Orozco 1998b).

Por otra parte, los ERM se enfrentan al enorme desafío de explorar las renovadas manifestaciones contemporáneas de la hegemonía, que por supuesto no ha desaparecido con la posmodernidad, a pesar de la preponderancia del "pensamiento único" y que confronta a los investigadores, a la vez que con sutiles y profesionales rutinas, mecanismos, formatos y alianzas de producción mediática, con la construcción de la representación, principalmente a través de la televisión y de algunos de sus géneros programáticos más populares, como los noticiarios, los *reality shows* y los dramatizados (Renero 1999) y con la cultura popular, que sigue siendo una gran interrogante empírica (Grimson 1998).

Los ERM: un modo y un lugar distintivos para indagar los procesos comunicativos mediáticos

Si en un momento inicial los ERM constituyeron una moda, no sólo en América Latina, sino también en el contexto internacional, se han convertido con rapidez en un modo característico de investigar, plantear preguntas y formular objetos específicos de estudio.

No obstante que este subcampo de investigación se sigue llamando genéricamente "análisis o estudios de recepción", lo que en los estudios latinoamericanos de recepción se entiende por tal es un conjunto de interacciones de forma y contenido entre diversos segmentos de audiencia y los medios. Interacciones que no se dan en el vacío sociocultural y político, sino que están condicionadas históricamente y son mediadas desde distintos ámbitos.

La perspectiva de la mediación, inaugurada primero por el español Martín-Serrano (1977) y revitalizada después por Martín-Barbero desde América Latina (1992), ha servido de estructura epistemológico-teórica en muchos de los ERM para explorar las audiencias con una nueva mirada, que a la vez que hace una ruptura epistemológica con otros paradigmas tradicionales, abre el ámbito de la investigación hacia nuevas concepciones del proceso mismo de la comunicación, de la actividad de las audiencias de los medios y de la producción y creación cultural respecto de los medios.

A diferencia del entendimiento inicial (ibérico) de las mediaciones, como derivaciones de los medios (mass-media-ción), en América Latina el significado de mediaciones deriva de diversas fuentes, sólo una de las cuales son los medios.

Uno de los aspectos centrales de la comprensión de la mediación en América Latina es, entonces, como "el lugar desde donde se produce el sentido en los procesos comunicativos"; aquí la mediación destaca como un componente activo y estructurante de éstos. Este entendimiento, además de desenfatar al medio (de comunicación), descentra la concepción tradicional influenciada por la *communication research* que asume a la recepción meramente como una etapa más de un proceso lineal y mecánico de producción-transmisión-recepción, para reubicar la recepción en la cultura, en los contextos económico-políticos, en la cotidianidad y en las prácticas sociales específicas de los sujetos comunicativos. Así, el referente mediático ya no es determinante, sino sólo una mediación más del proceso comunicativo en su conjunto.

La relativización del referente mediático en los ERM latinoamericanos no significa desconocer la fuerza y capacidad de impacto de cualquier medio, y en especial de la televisión, en los ámbitos cognoscitivos, axiológicos, actitudinales y emotivos de la audiencia, ni en la reconfiguración de sus identidades. Esto significa un reconocimiento de que los medios no lo son todo, aunque sigan siendo importantes, y de que conjuntamente se desarrollan múltiples interacciones influenciadas, tanto por el referente mediático como por otras fuentes de mediación de la audiencia y de sus variados procesos de recepción y sus contextos (Martín-Barbero 1997).

Uno de los modelos teórico-metodológicos que se han desarrollado para abordar empíricamente la recepción desde la perspectiva de la mediación, es la mediación múltiple (Orozco 1996) que opera, para efectos de exploración de las interacciones entre audiencias y televisión, una serie de mediaciones provenientes del género de los sujetos de la audiencia, de su edad, de su clase social, de su ubicación territorial, cultural, política, étnica y religiosa, de sus competencias comunicativas, hábitos y prácticas cognoscitivas, y de las instituciones sociales principales en las que simultáneamente participan y dentro de las cuales están permeados de comunidades de interpretación particulares.

Este modelo ha servido de sustento para diversas investigaciones que vinculan ámbitos complejos, como culturas populares, identidad, comunicación, educación y desarrollo social (Guardia 1998).

El modo privilegiado de realizar los ERM en América Latina ha sido el cualitativo; se entiende por tal no sólo etnografías de la recepción, sino una combinación de diversas herramientas metodológicas que van desde las entrevistas semidirigidas, los grupos de discusión y la observación participante, hasta las historias de vida, el psicodrama, técnicas proyectivas, y análisis semióticos de las apropiaciones y narraciones que hacen y formulan los sujetos receptores a partir de su interacción con referentes mediáticos concretos, así como diversas herramientas de otras disciplinas socioculturales, que captan los usos sociales que segmentos de audiencia hacen de diversos géneros programáticos: telenovelas, noticiarios, *reality shows* y aun películas, videos y videojuegos o Internet (Crovi 1997).

Con el presupuesto epistemológico de que los procesos de recepción rebasan la mera exposición y, por tanto, no están circunscritos al momento específico de vinculación directa entre los sujetos receptores y los referentes mediáticos, sino que transcurren a lo largo de varios escenarios, en los que a su vez corre la agencia cotidiana de diferentes

segmentos de audiencia: hogar, escuela, lugar de trabajo, barrio, lugares públicos, lugar de juegos, etcétera, los investigadores latinoamericanos han abordado combinada y diferencialmente los ERM desde ámbitos y situaciones variadas. El hogar, la escuela y el barrio han sido escenarios privilegiados en la investigación de la recepción, al entender que es sobre todo en ellos donde se intercambian apropiaciones mediáticas, se producen y reproducen nuevos significados entre los sujetos sociales miembros de la audiencia y se usan los referentes mediáticos.

Entre las preocupaciones principales que han inspirado los ERM en América Latina ha estado de manera permanente la preocupación metodológica, debido a que, al conceptualizar el proceso de recepción como un proceso, y no sólo como un momento, además como un proceso necesariamente multimediado desde diversas fuentes de mediación, el ámbito de exploración se hace complejo, más allá de tener que incluir diversos escenarios por donde transcurre dicho proceso.

En los ERM se revela la diversidad de mediaciones y ante todo la diversidad de su causalidad y luego de su incidencia en las audiencias, lo que ha obligado a los investigadores latinoamericanos a repensar, imaginar y ensayar con creatividad nuevas estrategias metodológicas, cada vez más integrales y complejas, multidisciplinarias, que rebasan las técnicas de investigación usuales y combinan no sólo lo cuantitativo y cualitativo, sino otras técnicas expresivas (dibujos), psicológicas (psicodramas), y participativas (análisis de demandas explícitas de los receptores a determinados programas mediáticos). Todo esto con la intención de captar esos otros aspectos emotivos, no verbales o no del todo conscientes, más espontáneos, que entran en juego, e influyen y condicionan los procesos de recepción mediática (Orozco 1997).

Entre las aportaciones teórico-analíticas de los ERM desarrollados en América Latina se encuentran, además de la "sustanciación" de diversas mediaciones, una serie de categorías analíticas, que a la vez que han permitido hacer sentido a los investigadores sobre sus objetos de estudio, les han posibilitado ir construyendo teoría a partir de estudios empíricos concretos.

A manera de ejemplos, algunas de las categorías más nítidas y fértiles son: las estrategias de recepción, los escenarios de la recepción y los guiones mentales (Orozco 1996), así como los usos sociales de la televisión (Martín-Barbero y Muñoz 1992) y las cofradías de las emociones (González 1998).

De las clásicas preguntas de paradigmas anteriores con respecto a la recepción televisiva en particular: ¿qué ven los televidentes, cuándo

lo ven y cuánto ven? (preguntas típicas de los estudios de rating), en los ERM en América Latina se han planteado preguntas como las siguientes: ¿cómo ven televisión los televidentes?, ¿para qué y por qué ven lo que ven?, ¿qué se produce de lo que ven y qué usos dan a lo que ven?, y ¿qué mediaciones se ponen en juego, con qué segmentos de audiencia, con qué resultados?

Aspectos y tendencias principales en los estudios latinoamericanos de recepción de medios

Como ha sido característico de otros campos de investigación en América Latina, en el de los ERM también ha habido un hincapié general crítico, que se ha manifestado en la intencionalidad de la mayoría de estudios empíricos por descubrir los elementos que obstaculizan una recepción más selectiva, inteligente, productiva, autónoma y crítica de los segmentos de las audiencias investigadas y en el interés por aportar, con base en la investigación, algunos mecanismos y estrategias, sobre todo pedagógicas, para modificar las situaciones encontradas en la investigación o aprovechar educativamente al medio.

Debido a las características metodológicas de la perspectiva cualitativa, privilegiada en los ERM, las pretensiones de transformación de los objetos y sujetos de estudio, salvo excepciones (CNTV de Chile 1999; Bisbal 1998) no se han dirigido a la formulación de grandes políticas públicas, sino a la propuesta de estrategias más “caseras” para realizarse en microescenarios. Esto, a la vez que distingue el tipo de conocimiento buscado y generado mayoritariamente con los ERM, también evidencia la escasez de estudios más generales o macro, y la necesidad de contar con más análisis comparativos entre regiones y países, quizá con perspectivas cuantitativas, con los cuales se puedan sustentar otro tipo de propuestas y obtener lineamientos para impactar de manera más contundente políticas culturales y comunicativas.

“Investigar para intervenir”, aunque sea en escenarios micro, parece sintetizar el interés principal de la mayoría de los ERM en la región.

Por lo anterior, no sorprende que buena parte de la investigación en recepción latinoamericana (casi toda la realizada en los ochenta) esté centrada en niños, y particularmente en la vinculación recepción televisiva-desarrollo educativo.

En esta línea central de los ERM en América Latina existe una amplia bibliografía. Por ejemplo, en un solo país, México, existían, hasta

finales de los ochenta, alrededor de ciento diez documentos (la mayoría de ellos publicados) sobre audiencia televisiva (Sánchez 1989). De éstos, casi treinta (25 por ciento) son estudios de recepción, y de ellos una tercera parte buscaron mostrar en particular la relación entre la televisión y la formación de la identidad nacional: la mexicanidad, entre diversos grupos de estudiantes (Charles 1989; Malagamba 1986; Sánchez 1987; Rota 1982; Rota y Tremmel 1989).

Los demás estudios mexicanos llevados a cabo hasta esa fecha (1989) abordan desde las preferencias de consumo televisivo por parte de audiencias infantiles hasta la socialización que la televisión ejerce en niños y jóvenes como estudiantes e hijos de familias, el lugar que este medio ocupa en su producción cultural y en el uso de su tiempo libre y el impacto que tiene en su rendimiento escolar. El total de documentos de investigación referidos a la televisión como “estudios de recepción” registrados en México hasta 1994, asciende a 169 (Fuentes 1996).

Desde principios de los ochenta, distintos investigadores latinoamericanos se preguntaron por el papel de la televisión en el aprendizaje formal e informal de grupos de niños y jóvenes (*e.g.*, Montoya 1982). A diferencia de los efectuados en Estados Unidos, los estudios latinoamericanos relacionados con la educación han asumido una concepción de educación no restringida a los procesos formales de enseñanza-aprendizaje, sino que concibieron el proceso educativo como uno de carácter sociocultural más amplio y complejo, en el que no sólo está en juego el rendimiento escolar, sino la ideología, los valores, las actitudes y la motivación por aprender (Sánchez 1991).

Si bien los primeros ERM se preocuparon en particular por los “efectos educativos” de la televisión, poco a poco abandonaron el modelo de efectos para explorar con más profundidad los procesos, los contextos, la cotidianidad y las mediaciones en la recepción, y se sustentaron tanto en perspectivas culturalistas como en la nueva corriente de análisis crítico de la audiencia, emergente en la segunda mitad de los ochenta, a cuya consolidación contribuyeron de manera significativa (Lull 1995).

En esta línea, en Chile desde principios de los ochenta se desarrollaron en Ceneca —una ONG dedicada a estudios culturales y mediáticos— una serie de investigaciones que abordaron con un sentido culturalista la relación educativa en los procesos de recepción, centrados tanto en la “resemantización” que los televidentes infantiles hacen de los referentes televisivos como en las demandas educativas que tanto ellos como sus familias y sus maestros formulan a la televisión. Entre estas investigaciones destacan las de Edwards (1989), Fuenzalida (1984) y Fuenzalida y Hermosilla (1992).

Además de estudios empíricos, Ceneca ha aportado al debate latinoamericano sobre recepción una serie de reflexiones capitalizadas en diversos textos; los más recientes son los de Olivari *et al.* (1996) y Fuenzalida (1997 y 1999).

En Perú destacan tres investigaciones sustantivas, que buscaron entender la relación televisión-niños-educación. Una de ellas se pregunta ¿desde dónde —clase, sexo, nivel educativo, edad— se relacionan los niños con la televisión? (Quiroz 1993). Otra se centra en la vinculación niños-familia-escuela-televisión y trata de explorar las diferentes mediaciones y mutuas seducciones que entran en juego en el proceso de recepción provenientes de estas instituciones socializadoras; concluye con una propuesta para la educación televisiva que involucra a padres y maestros (Alfaro y Macassi 1995). Una más se enfoca al tiempo libre y el juego de los niños en relación con los videojuegos y constituye uno de los estudios pioneros en esta modalidad televisiva (Quiroz y Tealdo 1996).

En Argentina, los ERM tienen una historia más reciente, aunque no la reflexión teórica sobre la recepción (Rivera 1997; Grimson 1998). En este país destacan dos vertientes que aluden a la educación de niños y jóvenes. La primera es una investigación amplia entre niños argentinos para conocer sus necesidades comunicativas, los usos que hacen de la programación televisiva y los tipos de vinculación prioritarios con la televisión desde sus contextos escolar y familiar (Merlo 1996). La otra es una investigación sustentada en la hipótesis del cultivo, que se ha realizado de manera comparativa entre varios países a fin de conocer el peso de la televisión en las apropiaciones y disposiciones de jóvenes televidentes en relación con su educación cívica y su posible participación política en el escenario de sus países (Morgan 1995). Otras investigaciones vinculan explícitamente la recepción y la educación para la televisión (Huergo 1996) y sustentan una corriente de pensamiento que busca generar propuestas de intervención pedagógica en los procesos de recepción (Prieto 1997).

También en Argentina se han hecho recientemente “estados del arte” de las diversas perspectivas de análisis de la recepción en suelo latinoamericano: una más ligada a aspectos políticos y de la cultura (Grimson y Varela 1999) y otra a una perspectiva crítico-comparativa sobre trabajos de varios investigadores latinoamericanos que han contribuido a este campo (Saintout 1998).

En Venezuela, los ERM se han centrado en el consumo cultural a partir de cuadros mercantiles que establecen la publicidad, las sociografías de la labor periodística y las prácticas sociales que determinan los espacios urbanos (Bisbal *et al.* 1998). Las industrias y mercados culturales

han sido los puntos de partida para el análisis de contenido y las descripciones sociográficas de los ámbitos laborales de la producción comunicativa. La violencia, los hábitos de compra y los mecanismos mercadológicos se han priorizado para analizar las acciones de los individuos.

En Colombia, los principales ERM con audiencias infantiles se han llevado a cabo en la ciudad de Cali, en dos vertientes. Primero, estudios que buscan explorar los "usos sociales" de las telenovelas (Martín-Barbero y Muñoz 1992). Segundo, análisis centrados en la interconexión familia-escuela-televisión y sustentados en el modelo de la múltiple mediación (López 1996, 1999). Otra línea de ERM se ha desarrollado en Bogotá que explora el referente televisivo con el cual interactúan las audiencias jóvenes colombianas, en un contexto sociopolítico de violencia nacional y de múltiples e importantes reconfiguraciones de la televisión como industria cultural y como foro comunitario (Rey y Restrepo 1996). Hace poco se publicó *Los niños como audiencia* (López et al. 2000), que da cuenta de diversos sectores de niños, tanto urbanos como rurales, en sus múltiples vinculaciones y opiniones sobre la televisión a la que tienen acceso en Colombia.

En Brasil, el auge de los ERM se ha dado a principios de los noventa. La vertiente que se centra en el nexo niños y educación ha privilegiado, por una parte, la comprensión del desarrollo lúdico de las "crianzas" como ámbito desde donde se puede entender sus vinculaciones con los referentes televisivos (Dias-Pacheco 1998) y, por otra, el análisis semiótico de los referentes mediáticos y de las narrativas infantiles alrededor de ellos (Gomes 1996). La vertiente que se centra en la relación medios-cultura-identidad se ha dirigido al reconocimiento de sectores específicos de audiencia en su interacción con telenovelas, y ha tratado de explorar la compleja interacción entre telenovelas e identidades de la audiencia (Jacks 1996; Tufte 1997; Vasallo 1998). Una preocupación importante en los ERM en este país ha sido la de desentrañar al sujeto mismo de la recepción y sus múltiples facetas como sujeto social. Otra ha sido la de abordar desde las audiencias diferentes temas como la sexualidad y la familia vinculados tanto a la recepción televisiva como al desarrollo educativo de niños y jóvenes (Cogo y Gomes 2001). Una preocupación más ha sido la de explorar la recepción del género *reality shows* y en particular el programa *El gran hermano* (De Castro 2000).

Desde Uruguay se han hecho aportaciones importantes a los ERM. Kaplún (1992) realizó un primer "estado del arte" de los ERM en América Latina. Entre otros aspectos, señala a la recepción como un área prio-

ritaria de investigación-acción para enfrentar los nuevos desafíos latinoamericanos. Para este prolífico autor, la recepción no era sólo un ámbito de investigación, sino de política y, sobre todo, de educación de las audiencias, no sólo por las estrategias pedagógicas que pudieran sustentarse a partir de los ERM, sino por la posibilidad de generación de un conocimiento “emancipador” de los sujetos sociales, posibilitado por la exploración de sus procesos y vinculaciones múltiples con la televisión y los demás medios de comunicación. No obstante que Kaplún (1996) seguía considerando que los ERM tenían aún muchas “tierras incógnitas”, apostaba por la investigación de la recepción como una alternativa para llegar a un conocimiento que pudiera ligar al inconsciente colectivo con la cultura, la educación y la participación ciudadana.

También desde Uruguay, y con base en ERM, se han formulado estrategias pedagógicas importantes para intervenir los procesos de ver televisión desde el sistema educativo, capitalizadas en propuestas curriculares que arrancan con la desmitificación-introducción de la televisión a niños de preescolar (Graviz y Pozo 1994) y sugieren un currículo de educación televisiva para los demás niveles escolares.

En México, desde 1989 y hasta 1996, en lo que fue el Programa Institucional de Investigación y Prácticas Sociales (Proiicom) de la Universidad Iberoamericana, se desarrollaron una serie de ERM que tuvieron un impacto considerable dentro y fuera de América Latina. En este programa se estudió sobre todo a los niños, sus familias y sus escuelas —por considerarlas parte necesaria del objeto de estudio—, lo que aportó conocimientos para la definición de una perspectiva innovadora de educación de las audiencias: *televidenciar*, pero que también dieron madurez teórica y metodológica a los ERM (Orozco 1991). Asimismo, se exploraron diversas estrategias metodológicas, como el “psicodrama”, para captar los 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 como mediaciones concretas que influyen en el papel de la televisión entre los niños, fueron aspectos centrales en estas investigaciones, tanto como los patrones de comunicación familiar como contexto y a la vez mediación de los vínculos entre los niños y los referentes televisivos (Renero 1993; Orozco 1996).

Otros ERM en México han abordado la simbiosis entre los programas de entretenimiento y el juego de los niños (Corona 1990), la reproducción de los modelos de los héroes televisivos en los juegos y en el

imaginario infantiles (Charles 1989), o el impacto de la programación televisiva, y de la publicidad, en su consumo material y simbólico cotidianos (Sánchez 1991).

Recientemente, se han efectuado dos revisiones o "puestas al día" de la investigación de la recepción en México. En la primera se destacan los estudios empíricos publicados en la revista *Comunicación y Sociedad* de la Universidad de Guadalajara (Saintout 1998) y en la otra se recuperan los relacionados con audiencias televisivas desde 1968 hasta 2000 (Orozco y Padilla 2001).

Los estudios de recepción de medios ante el futuro

En el presente milenio, las tendencias que se observan en los ERM en América Latina son, por una parte, el creciente interés por vincular, prioritaria y explícitamente, la interacción de las audiencias con algunos géneros programáticos televisivos específicos, como los noticiosos (informativos), las telenovelas, y los *talk shows*, que han adquirido una considerable popularidad entre las teleaudiencias latinoamericanas (Lozano 2001; Padilla 2001; Renero 1999).

Por otra parte y en atención al problema de la violencia social creciente en la región, se aprecia un interés por estudiarla de modo directo, aunque con preguntas y perspectivas distintas a las predominantes en los países anglosajones. El análisis concreto de audiencias específicas, que por su distintivo de edad, género y posición socioeconómica se perciben como especialmente sensitivas a la televisión: niños, jóvenes, mujeres, campesinos, minorías étnicas, y la "cultura popular" en relación con la televisión, constituyen la otra tendencia contemporánea de los ERM en la región (Corona 2001; Severino 2001; Araujo 2001; Jacks 2001).

Estas tendencias se encuentran entrecruzadas con algunos acontecimientos en el desarrollo de la producción y distribución mediática (globalizada), perceptible en los años recientes y que ha revitalizado el interés de los investigadores latinoamericanos por entender su impacto en la oferta televisiva, en su circulación y en su recepción entre sus audiencias (Lozano 1996). Esto, aunado a un nuevo interés por explorar las consecuencias en la recepción particularmente televisiva que están teniendo acuerdos internacionales como el NAFTA y la consolidación de nuevas agrupaciones geopolíticas, como el Mercosur (Sánchez 2001).

Recepción y violencia

A partir de dos seminarios importantes sobre la relación televisión-violencia-niños-familia, uno de ellos realizado en Chile en 1993 (Fuenzalida 1994) y el otro en Puerto Rico en 1994 (Estrada 1995), ha resurgido la preocupación de los investigadores latinoamericanos al respecto. Sin embargo, a diferencia de enfoques norteamericanos conductistas y cuantitativos, aplicados en los estudios sobre el impacto de la programación televisiva violenta en sus audiencias, la perspectiva latinoamericana emergente en este subcampo se centra en el reconocimiento de la violencia como un ingrediente central y quizás insustituible del entretenimiento infantil en general y de todos los tiempos. Así, el aspecto problemático no se centra en la violencia física, ni sólo en la violencia verbal, como el caso de los programas de dibujos animados, sino en esa otra violencia más sutil, simbólica y excluyente, que a través de presentar estereotipos, puede ir cultivando una aceptación entre su audiencia y, por supuesto, una apreciación reduccionista y conformista del mundo, del entorno inmediato, de la pobreza, de las etnias, de los países, de las relaciones hombre-mujer y adultos-niños, y contribuye a una normalización de la misma violencia en las relaciones sociales.

Indagar desde dónde se gestiona la violencia social y cómo se resignifican y apropian los diversos tipos de violencia televisiva, sustancia la necesidad de una comprensión de lo que sería una cultura de la violencia, presente sobre todo en los contextos latinoamericanos, y es a la vez una meta por alcanzar, un interés emergente que se traduce en la urgencia de diseñar políticas para una "cultura de la paz".

Recepción de campañas políticas

El uso y la resemantización de la información política por segmentos de audiencia específicos, durante y fuera de tiempos electorales, es también un interés emergente en los ERM (Aceves 1998). A diferencia de los estudios clásicos de opinión pública o de los *pools* de intención del voto entre la población, sobre todo realizados en etapas de campañas electorales, los ERM en América Latina han buscado comprender la relación entre la "farandulización" de la política en la televisión (Landi 1996), con las diversas apropiaciones de las audiencias y su posible incorporación concreta en su socialización política (Ibarra 1998).

Recepción y noticias

A partir de 1993 se ha venido gestando desde México una línea de investigación de recepción de noticias con el propósito de explorar cualitativamente los usos que las familias hacen de la información noticiosa de la televisión, las maneras en que las incorporan en su cultura política y cotidiana, y 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. Sustentadas en la categoría analítica de los “supertemas” se han efectuado dos investigaciones sustantivas en esta línea; la primera, de manera comparativa entre países (Orozco 1998a), y la segunda, también comparativamente, pero entre dos regiones de un mismo país (ciudad de México y una de provincia), 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, juntamente con los estudios realizados por Lozano (2001) y auspiciados por la Cátedra Televisa, 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, en particular, para explorar los nuevos mecanismos de interpelación mediática contemporánea de sectores específicos de audiencia (Vega 2000).

Recepción y telenovelas

La recepción de las telenovelas —el producto mediático-cultural quizá más característico de América Latina— ha despertado desde principios de los ochenta el interés sistemático de los investigadores latinoamericanos. Tanto en Colombia como en Argentina, Brasil y México se ha indagado sobre este género televisivo, cuya permanente preocupación se proyecta al futuro, en tanto que las telenovelas en la región siguen siendo uno de los géneros de mayor popularidad. En esta línea los estudios actuales están permeados por planteamientos feministas que combinan los propios de los análisis de recepción de medios, pero que se dirigen a explorar, por ejemplo, cómo se construyen las relaciones de género al interior de las familias respecto de los referentes mediáticos (Padilla 2000).

Desde el Programa Cultura de la Universidad de Colima, México, la interacción de las familias con las telenovelas se ha explorado desde

la perspectiva de los frentes culturales que vincula la permanente recreación de la cultura popular al consumo de productos mediáticos y permite apreciar empíricamente, a través de la observación etnográfica, las dinámicas de usos y apropiaciones racionales (saberes melodramáticos) y sobre todo emocionales de este popular género (González y Mugnani 1986).

En Argentina, Mazziotti (1993), con una perspectiva culturalista, ha abordado la recepción de telenovelas con diferentes segmentos de audiencia, y las ha relacionado con la vida cotidiana, el tiempo libre y los aspectos lúdicos y pasionales que la recepción de este género televisivo transmite. La consideración de la industria de la telenovela como tema prioritario de reciente investigación, ha permitido contar con un conocimiento más integral, al conectar aspectos de producción, distribución y recepción telenovelesca.

En Colombia, Martín-Barbero y Muñoz (1992) han profundizado en los usos sociales de la telenovela latinoamericana. Anclados en una elaboración teórico-metodológica amplia del género melodramático en general y del televisivo en particular, destacan el papel medular de la telenovela en cuanto contenido y género expresivo, en la permanente recreación de las identidades populares y en los reconocimientos mediáticos que realizan las audiencias de sí mismas.

Recepción y cultura

Las nuevas transformaciones de la cultura popular y en especial del consumo cultural, dentro del cual se asume el consumo mediático, constituyen desde fines de los ochenta una línea sistemática y fértil de los ERM. La hibridación de las culturas, primero, y luego la sustanciación del consumo cultural como un proceso que “también sirve para pensar” y desde el cual se producen sentidos y significados, ha permitido formular nuevos cruces, como el de recepción-ciudad (Reguillo 1996), que posibilita explorar las múltiples e insólitas reconfiguraciones de las sociedades contemporáneas como pobladores de espacios ciudadanos concretos y audiencias segmentadas también a partir de sus consumos culturales (García-Canclini 1993, 1998).

Recepción, identidades e instituciones

Sobre la premisa de que las identidades contemporáneas son “menos esencialistas y más amalgamadoras”, y que entran en juego con los medios mediando la recepción, a la vez que son mediadas y revitalizadas por ellos, los ERM en América Latina están avanzando por una línea que busca obtener un conocimiento cada vez más “complejo” de la relación medios-identidades-instituciones sociales. Una línea concreta con este interés es la que sustenta Jacks (2001) sobre trascender el estudio de la comunicación como un mero asunto de textos o fenómenos, para asumirlo como una “determinación receptiva” a dos niveles (micro y macro) en los que tanto la estructura como la agencia de los sujetos receptores sean dimensionadas en lo histórico-cultural. Aquí la manifestación identitaria estaría captada a través de los recursos lingüísticos, afectivos, cognitivos y perceptivos desarrollados en el seno de instituciones sociales como la familia.

Otra línea particular es la de Padilla (2001), que plantea la exploración del desarrollo de la identidad de género dentro de la familia (tanto para las mujeres como para los hombres) y en relación con los referentes de las telenovelas. Este tipo de exploración aborda explícitamente los relatos de los sujetos receptores (individuales y colectivos) respecto de la clase social, tipo de familia y género de cada sujeto.

Comentarios finales

A manera de comentario final se podría expresar un juicio global y un buen deseo para los ERM en América Latina.

En cuanto al juicio, puede decirse que lo cultural, lo social, lo semiótico y aun lo estético y lo político se han integrado a lo comunicacional y a lo estrictamente mediático en los ERM en América Latina y han enriquecido los objetos de estudio concretos. En términos generales, los ERM se han movido entre las ciencias sociales, que han predominado en sus estudios recientes, y las humanidades. No obstante este movimiento disciplinario-pendular y la intención multidisciplinaria de los ERM en la última década, sigue faltando una integración adecuada de lo tecnológico (no en un mero sentido instrumental, sino como dispositivo que modifica la percepción) y de lo psicológico y lo económico.

Con base en esta apreciación, un debate deseable y posible de los ERM en el futuro inmediato se centraría, por una parte, en la vinculación

de las dimensiones inconscientes de las audiencias (disposiciones al placer, al deseo, a la evasión, al morbo, al chisme) que, según algunos indicios recientes (Guinsberg 1998), median de manera significativa sus procesos de recepción.

Por otra parte, una vinculación de las estructuras y dimensiones económicas y materiales, que con el toque culturalista —dominante en los ERM hasta los noventa— han quedado rezagadas como mediaciones importantes de la recepción, pero que sin duda contribuyen a una visión mediática segmentada, distintiva y a la vez excluyente.

Otro debate deseable se enfocaría a explorar, desde la recepción y las audiencias, los mecanismos y dinámicas que posibilitan la hegemonía contemporánea a través de la “visualidad electrónica convergente”; en particular, las maneras innovativas de interpelación y posicionamiento de las audiencias por parte de los medios audiovisuales y sus variadas apropiaciones por parte de las audiencias.

Finalmente, y de acuerdo con el interés educativo en los ERM, sería bienvenido un debate sobre las nuevas lógicas de producción, circulación y apropiación de conocimientos y las nuevas sensibilidades, planteadas por los mismos medios y por las audiencias. La integración de estas lógicas, con diversos lenguajes, técnicas, formatos y géneros programáticos y con las propias experiencias, mediaciones y expectativas de las audiencias, se percibe como uno de los ámbitos más fértiles en los ERM por venir. No sólo los medios cambian, las audiencias también y mucho. Ambos se transforman y su apreciación dinámica, en continuo movimiento, siempre es un desafío para la investigación de la comunicación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACEVES, F. (1998) “Información mediática, usuarios y acontecimiento político”, *Comunicación y Sociedad*, núm. 32, Universidad de Guadalajara, pp. 29-48.
- ALFARO, R. M. y S. Macassi (1995) *Seducidos por la tele*. Lima, Perú: Calandria Editores.
- ARAUJO, I. (en prensa) “Mediaciones e poder”, en *Recepción y audiencias, travesías por América Latina*. Buenos Aires: editorial Norma.
- BARRIOS, I. (1992) *Familia y televisión*. Caracas: Monte Ávila Editores.

- BISBAL, M. (1996) "A relação 'educação-comunicação', ideias para recolocar uma reflexão", *Comunicação e Sociedade*, núm. 26, Brasil, pp. 121-136.
- BISBAL, M. et al. (1998) *El consumo cultural del venezolano*. Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN DE CHILE (1999) *La televisión y los niños en Chile: percepciones desde la audiencia infantil*.
- COGO, D. y P. G. Gomes (2001) *Televisao, ecologia e juventude*. Porto Alegre: Editora Mediacao.
- CORNEJO, I. (1992) "El psicodrama aplicado para el estudio de la recepción televisiva de los niños", en *Proicom*. México: Universidad Iberoamericana, pp. 89-106.
- CORONA, S. (1990) *Televisión y juego infantil: un encuentro cercano*. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco.
- _____ (en prensa) *El discurso amoroso, un escenario para estudiar la recepción, en recepción y audiencias, travesías por América Latina*. Buenos Aires: editorial Norma.
- CROVI, D. (1997) *Ser joven a fin de siglo*. México: UNAM.
- CHARLES, M. (1989) "Nacionalismo, educación y medios de comunicación". Tesis de maestría, Universidad Iberoamericana.
- DE CASTRO, C. (2000) "Televisao e computadoras –as novas tecnologias e a educacao para os meios". Ponencia aceptada por el GT recepción para el Congreso Latinoamericano de Ciencias de la Comunicación. ALAIC, Santiago de Chile, abril.
- DIAS-PACHECO, E. (1998) *Televisão, criança, imaginario e educação*. Brasil: editorial Papirus.
- Documento de Buenos Aires*. Cemec-WACC, Buenos Aires, Argentina, 1998.
- EDWARDS, P. (1989) "La TV de la mujer pobladora", en *Visiones y ambiciones del televidente*. Chile: Ceneca, pp. 37-68.

- ESTRADA, A. (comp.) (1995) *Violencia y medios electrónicos*. Puerto Rico: Fundación Ángel Ramos.
- FUENTES, R. (1996) *La investigación de la comunicación en México: sistematización documental 1986-1994*. Universidad de Guadalajara/ITESO.
- FUENZALIDA, V. (1984) *Televisión, padres e hijos*. Chile: Ceneca.
- _____ (1994) *Seminario: Televisión Infantil y Violencia*. Chile: CPU.
- _____ (1997) *Televisión y cultura cotidiana*. Chile: CPU.
- FUENZALIDA, V. y M. E. Hermosilla (1992) *El televidente activo*. Chile: CPU.
- GARCÍA-CANCLINI, N. (1989) *Culturas híbridas*. México: Grijalbo/FNCA.
- _____ (1993) *El consumo cultural en México*. México: Conaculta.
- _____ (1998) *Cultura y comunicación en la ciudad de México*. México: Grijalbo/UAM-I.
- GOMES, P. G. (1996) *Televisão e audiência*. Brasil: Unisinos.
- GONZÁLEZ, J. (ed.) (1998) *La cofradía de las emociones interminables*. Universidad de Guadalajara.
- GONZÁLEZ, J. y F. Mugnaini (1986) "Para un protocolo de observación etnográfica en los usos diferenciales y los modos de ver las telenovelas", *Culturas Contemporáneas*, núm. 1, Universidad de Colima, pp. 149-176.
- GRAVIZ, A. y J. Pozo (1994) *Niños, medios de comunicación y su conocimiento*. Barcelona: Herder.
- GRIMSON, A. (1998) "Recepción, culturas populares y política en la Argentina" (documento de discusión). Argentina: Universidad de Buenos Aires.
- GRIMSON, A. y M. Varela (1999) *Audiencias, cultura y poder*. Argentina: Universidad de Buenos Aires.

- GUARDIA, M. (1998) "Mediaciones en la mira: culturas populares, recepción, educación y desarrollo", *Contribuciones*, núm. 3, Buenos Aires, pp. 189-207.
- GUINSBERG, E. (1998) "Placer y deseo en los procesos de recepción", *Comunicación y Sociedad*, núm. 33, Universidad de Guadalajara.
- HALL, S. (1980) *Encoding/decoding, en culture, media, language*. Londres: Hutchinson.
- HERSCOVITZ, H. (1995) "A pesquisa em comunicação na América Latina nos anos 90's", *Comunicação e Sociedade*, núm. 23, Brasil, pp. 111-128.
- HUERGO, J. (1996) *Comunicación y educación: ámbitos, prácticas y perspectivas*. Argentina: Universidad Nacional de la Plata.
- IBARRA, A. (1998) "El papel de la televisión en la socialización política de escolares de Guadalajara". Tesis de doctorado, Universidad de Guadalajara.
- JACKS, N. (1996) "Televisión, recepción e identidad: cuestiones e imbricaciones", en Orozco (coord.). *Miradas latinoamericanas a la TV*. México: Proiicom, Universidad Iberoamericana, pp. 173-196.
- _____ (en prensa) *Historia de familia y etnografía, procedimientos metodológicos para un análisis integrado, en recepción y audiencias, travesías por América Latina*. Buenos Aires: editorial Norma.
- JENSEN, K. y E. Rosengren (1990) "Five traditions in search of an audience", en *European Journal of Communication*, Londres.
- KAPLÚN, M. (1992) "El estudio de la recepción: un área prioritaria de investigación-acción ante los nuevos desafíos", boletín *ALAIC*, núm. 3, Brasil.
- _____ (1996) "Ni impuesta ni amada: la recepción televisiva y sus tierras incógnitas", en Guillermo Orozco (coord.). *Miradas latinoamericanas a la televisión*. México: Proiicom, Universidad Iberoamericana, pp. 197-218.

- LANDI, O. (1996) "Pantallas, cultura y política", en Guillermo Orozco (coord.). *Miradas latinoamericanas a la televisión*. México: Proicom, Universidad Iberoamericana.
- LÓPEZ, M. (1996) *Los niños cuentan*. Bogotá, Colombia: Ministerio de Comunicaciones/Unicef.
- _____ (1999) *Los niños como audiencias*. Cali, Colombia: Ministerio de Comunicaciones/Universidad del Valle.
- LÓPEZ, M. et al. (2000) *Los niños como audiencia*. Santa Fe de Bogotá: Da Vinci Editores.
- LOZANO, J. C. (1996) *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Alhambra Mexicana.
- _____ (2001) "El género y el nivel socioeconómico como mediaciones en el consumo de noticieros televisivos en México", *Zer*, núm. 9, Universidad de País Vasco.
- LULL, J. (1995) *Medios, comunicación y cultura, una aproximación global*. Buenos Aires: Amorrortu.
- MALAGAMBA, A. (1986) *La tv y su impacto en la población infantil de Tijuana*. México: Colef.
- MARTÍN-BARBERO, J. (1987) *De los medios a las mediaciones*. México: Gustavo Gili Editores.
- MARTÍN-BARBERO, J. y S. Muñoz (1992) *Televisión y melodrama*. Colombia: Tercer Mundo Editores.
- MARTÍN-BARBERO, J. y A. Silva (1997) *Proyectar la comunicación*. Bogotá, Colombia: TM Editores/Universidad Nacional.
- MARTÍN-SERRANO, M. (1997) *La mediación social*. Madrid, España: editorial Akal.
- MAZZIOTTI, N. (1993) *El espectáculo de la pasión*. Buenos Aires: Colihue.
- MERLO, T. (1996) *La educación y el mensaje televisivo*. Buenos Aires, Argentina: Fundación Navarro Viola.

- MONTOYA, A. (1982) *El impacto de la televisión comercial en los estudiantes del Sistema Nacional de Telesecundaria*. México: Consejo Nacional Técnico de la Educación.
- MORGAN, M. (1995) *Democracy tango: tv, adolescents and authoritarian tensions in Argentina*. New Jersey: Hampton Press.
- OLIVARI, J. L., M. F. Bonadies y P. Parga (1996) *Currículum y tv. Primeros itinerarios de una agenda teórico-metodológica*. Chile: Mineduc-Ceneca.
- OROZCO, Guillermo (1991) *Recepción televisiva: tres aproximaciones y una razón para su estudio*. México: Proicom, Universidad Iberoamericana.
- _____ (1996) *Televisión y audiencias: un enfoque cualitativo*. Madrid, España: Ediciones de la Torre.
- _____ (1997) *La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina*. Argentina: Universidad Nacional de la Plata.
- _____ (1998a) "Mexican mediations in tv news reception", en K. Jensen (coord.). *News of the world: world cultures look at television news*. Londres: Routledge, pp. 126-143.
- _____ (1988b) "Hacia una pedagogía de la televidencia", *Comunicación y Sociedad*, núm. 32, Universidad de Guadalajara, pp. 169-200.
- OROZCO, Guillermo y T. Merlo (en prensa) *Perspectiva latinoamericana en la investigación sobre medios y niños*. Memorias del foro sobre la investigación medios y jóvenes. París: Grrem-Unesco.
- _____ (2001) "Televidencias, una perspectiva epistemológica para el análisis de las interacciones con la televisión", en *Lo viejo y lo nuevo, investigar la comunicación en el siglo XXI*. Madrid.
- OROZCO, Guillermo y R. Padilla (en prensa) "Enfrentando la diversidad. Estudios de recepción en México", en *México, un siglo de investigación en medios de comunicación*. México: Asociación Mexicana de Investigadores de Comunicación.

- PADILLA, R. (2001) "Análisis de la recepción de la telenovela". Tesis de maestría en Comunicación, Universidad de Guadalajara.
- PICCINI, M. (1993) "La sociedad de los espectadores", *Versión*, núm. 3, UAM, abril, 1993.
- PRIETO, D. (coord.) (1997) "Jóvenes y recepción televisiva en algunos países latinoamericanos" (manuscrito). Radio Nederland, Costa Rica.
- QUIROZ, T. (1993) *Todas las voces, comunicación y educación en el Perú*. Universidad de Lima.
- QUIROZ, T. y A. R. Telado (1996) *Videojuegos o los compañeros virtuales*. Perú: Universidad de Lima.
- REGUILLO, R. (1996) *La construcción simbólica de la ciudad*. Guadalajara: Universidad Iberoamericana/ITESO.
- RENERO, M. (1977) "Aproximación cualitativa a las comunidades de significación familiar entre jóvenes mexicanos", *Comunicación y Sociedad*, núm. 29, Universidad de Guadalajara, pp. 93-118.
- _____ (1999) "La producción y recepción de programas de *talk show* en México entre audiencias femeninas". Proyecto de tesis de doctorado, Universidad de Guadalajara.
- REY, G. y J. Restrepo (1996) *Desde las dos orillas*. Bogotá, Colombia: Ministerio de Comunicaciones.
- RIVERA, J. (1997) *Comunicación, medios y cultura: líneas de investigación en la Argentina, 1986-1996*. Argentina: Universidad Nacional de la Plata.
- ROTA, J. (1982) "Mexican children's use of mass media as a source of need gratification" (manuscrito), UNAM, 1982.
- ROTA, J. y B. Tremmel (1989) "Television use and cultural identity". Ponencia presentada en la reunión anual de la ICA, San Francisco, Estados Unidos.

- SAINTOUT, F. (1998) "La perspectiva de la recepción de los medios masivos en la revista *Comunicación y Sociedad*. Una primera exploración", *Comunicación y Sociedad*, núm. 33, Universidad de Guadalajara, pp. 201-226.
- _____ (1998) *Los estudios de recepción en América Latina*. Buenos Aires: Universidad Nacional de La Plata.
- SÁNCHEZ, E. (1987) "TV, socialización y educación informal en Guadalajara", en *Televisión y desnacionalización en México*. México: Universidad de Colima-AMIC.
- _____ (1989) "La investigación sobre TV en México: 1960, 1989", *Cuadernos de Comunicación y Sociedad*, núm. 5, Universidad de Guadalajara.
- _____ (1991) *Teleadicción infantil*. Universidad de Guadalajara.
- _____ (2001) "Industrias culturales y globalización. Un enfoque histórico estructural", en *Lo viejo y lo nuevo, investigar la comunicación en el siglo XXI*. Madrid.
- SEVERINO, S. (2001) "Escuela indígena, televisión e identidad otomí". Tesis de doctorado en Educación, Universidad de Guadalajara.
- TUFTE, TH. (1997) "Gaicho lives in times of global communication". Ponencia presentada en 13 Nordic Conference for Mass Communication. Finlandia, agosto.
- VASSALLO, I. (1995) "Recepção dos meios, clases, poder e estrutura", *Comunicação e Sociedade*, núm. 23, Brasil, pp. 99-110.
- _____ (1988) "Exploraciones metodológicas en un estudio de recepción de telenovela", *Comunicación y Sociedad*, núm. 29, Universidad de Guadalajara, pp. 161-178.
- VEGA, A. (2000) Amas de casa, telediarios y elecciones. El caso de 1997 en la ciudad de México". Ponencia aceptada por el GT recepción para el Congreso Latinoamericano de Ciencias de la Comunicación. ALAIC, Santiago de Chile, abril.