

Fotografía: Ricardo Castro r.

LOS ESTUDIOS DE RECEPCIÓN EN MÉXICO. UN ITINERARIO

**María Rebeca Padilla de la Torre
y Guillermo Orozco Gómez**

Resumen: En este recorrido analítico sobre los estudios de recepción en México se siguen dos ejes. Por una parte un eje histórico, destacando etapas y sus principales características, en la realización de la investigación a lo largo de sus casi tres décadas de avance sostenido. Por otra parte se sigue un eje temático-metodológico a través del cual se caracterizan y discuten los diversos intereses de investigación, esencialmente "mediáticos" o "culturalistas", distinguiendo el tipo de preocupaciones y preguntas planteadas por los investigadores y las respectivas perspectivas metodológicas empleadas.

Palabras clave: Recepción, medios, México.

Guillermo Orozco Gómez: Mexicano, doctor en Educación, profesor titular en el Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara. Catedrático UNESCO de Comunicación Social, investigador de procesos de interacción de audiencias con diversas pantallas y educador.

María Rebeca Padilla de la Torre: Maestra en Comunicación por el Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara. Actualmente es profesora-investigadora titular de la Universidad Autónoma de Aguascalientes en México, trabajando en temas sobre el consumo de medios desde la perspectiva sociocultural.

Introducción

En los inicios del siglo XXI los estudios de recepción de medios en México empiezan a revitalizarse gracias al interés y dedicación académica de estudiantes de postgrado, tanto de maestría como de doctorado, cuyas tesis se sustentan en investigaciones empíricas innovadoras y rigurosamente diseñadas y realizadas.

Pero el itinerario de los estudios de recepción en este país ha sido muy desigual, por una parte y por otra, hasta cierto punto fragmentado, respondiendo también a "dualidades", algunas de las cuales surgieron desde sus orígenes como campo de estudios legitimado internacionalmente (Padilla, 2004). Esto debido al desarrollo paralelo de dos corrientes, una más mediática que enfatiza los medios y tecnologías de información y las interacciones de sus audiencias desde una perspectiva del "Análisis Crítico de las Audiencias" o desde "el modelo de efectos" o el de "usos y gratificaciones" y otra más culturalista-letrada, que ha puesto el énfasis en el consumo cultural, y de alguna manera diluye el aspecto propiamente recepcional del intercambio simbólico que se realiza en la "lectura" que hacen los "públicos" de los "textos mediáticos" (Orozco, 2004). Este desarrollo no ha estado exento de tensiones entre comunidades de investigadores (De la Peza, 2003). No obstante, pareciera existir una sensibilidad nueva entre los de un bando y otro, que permitiría acariciar la esperanza de un desarrollo futuro de los estudios de recepción que se nutra de los avances y descubrimientos de estudios específicos realizados con cualquiera de las dos perspectivas. Por ejemplo este sería el caso del reciente estudio de recepción radiofónica: *Ciudadanos mediáticos* (Winocur, 2002).

En este escenario, desigual pero "cargado de futuro" a continuación trazamos y recorreremos un mapa de lo que han sido los estudios de recepción en México con la intención de iniciar la recuperación de la memoria en este subcampo de conocimientos y tener mejores condiciones para un análisis crítico de su investigación, que eventualmente lleve a nuevas propuestas que vinculen de manera explícita la exploración de recepciones múltiples.

El estudio empírico de las audiencias en México

En México, los primeros estudios de recepción televisiva (ERT)¹ se caracterizaron por la denuncia de los contenidos y la indagación de los posibles efectos de la televisión comercial. (Cremoux, 1968; Rota, 1982; Sánchez, 1989; Fernández, Baptista y Elkes, 1986; Malagamba, 1986; Maya y Silva, 1987; Rebeil y Montoya, 1987; Charles, 1987; Rota, 1989). Estas investigaciones se distinguen porque, aun aquellas que trabajaron estadísticas, no se limitaron a lo descriptivo, sino que vincularon su indagación con problemas en los campos de la educación, la identidad nacional o la salud. Los resultados de estos estudios contribuyeron a aclarar que no es sólo la interacción de los niños con la televisión la responsable de varias situaciones, sino que la influencia del contexto familiar y escolar también son determinantes, señalando el carácter diferencial de la relación entre la televisión y sus audiencias. Además, siguiendo las sugerencias de Curran (1998) sería significativo revisar sus aportaciones a la luz de las construcciones teóricas actuales para recuperar sus inquietudes y hallazgos desde una nueva dimensión.

La investigación de la recepción televisiva (ERT) en México, se ha dado a partir de importantes vetas (Saintout, 1998). Desde finales de la década de los ochenta, hasta mediados de los noventa, el *Programa Institucional de Investigación y Prácticas Sociales* de la Universidad Iberoamericana, (PROIICOM), desarrolló varios ERT, los cuales significaron un esfuerzo por modificar epistemológica y metodológicamente la investigación de audiencias y generar teoría sobre recepción. Los principales aportes de este esfuerzo fueron las categorías analíticas de las "comunidades de apropiación" específicas, los "guiones mentales", "los escenarios de la recepción" así como la construcción metodológica para abordar al proceso de recepción inserto en sus mediaciones (Orozco y Padilla, 2001). Muchos de los resultados de estos trabajos se encuentran en la serie de "Cuadernos" publicados por el PROIICOM.

¹ En este texto se abreviará ERT a los estudios o investigación en recepción televisiva.

Introducción

En los inicios del siglo XXI los estudios de recepción de medios en México empiezan a revitalizarse gracias al interés y dedicación académica de estudiantes de postgrado, tanto de maestría como de doctorado, cuyas tesis se sustentan en investigaciones empíricas innovadoras y rigurosamente diseñadas y realizadas.

Pero el itinerario de los estudios de recepción en este país ha sido muy desigual, por una parte y por otra, hasta cierto punto fragmentado, respondiendo también a "dualidades", algunas de las cuales surgieron desde sus orígenes como campo de estudios legitimado internacionalmente (Padilla, 2004). Esto debido al desarrollo paralelo de dos corrientes, una más mediática que enfatiza los medios y tecnologías de información y las interacciones de sus audiencias desde una perspectiva del "Análisis Crítico de las Audiencias" o desde "el modelo de efectos" o el de "usos y gratificaciones" y otra más culturalista-lettrada, que ha puesto el énfasis en el consumo cultural, y de alguna manera diluye el aspecto propiamente recepcional del intercambio simbólico que se realiza en la "lectura" que hacen los "públicos" de los "textos mediáticos" (Orozco, 2004). Este desarrollo no ha estado exento de tensiones entre comunidades de investigadores (De la Peza, 2003). No obstante, pareciera existir una sensibilidad nueva entre los de un bando y otro, que permitiría acariciar la esperanza de un desarrollo futuro de los estudios de recepción que se nutra de los avances y descubrimientos de estudios específicos realizados con cualquiera de las dos perspectivas. Por ejemplo este sería el caso del reciente estudio de recepción radiofónica: *Ciudadanos mediáticos* (Winocur, 2002).

En este escenario, desigual pero "cargado de futuro" a continuación trazamos y recorremos un mapa de lo que han sido los estudios de recepción en México con la intención de iniciar la recuperación de la memoria en este subcampo de conocimientos y tener mejores condiciones para un análisis crítico de su investigación, que eventualmente lleve a nuevas propuestas que vinculen de manera explícita la exploración de recepciones múltiples.

El estudio empírico de las audiencias en México

En México, los primeros estudios de recepción televisiva (ERT)¹ se caracterizaron por la denuncia de los contenidos y la indagación de los posibles efectos de la televisión comercial. (Cremoux, 1968; Rota, 1982; Sánchez, 1989; Fernández, Baptista y Elkes, 1986; Malagamba, 1986; Maya y Silva, 1987; Rebeil y Montoya, 1987; Charles, 1987; Rota, 1989). Estas investigaciones se distinguen porque, aun aquellas que trabajaron estadísticas, no se limitaron a lo descriptivo, sino que vincularon su indagación con problemas en los campos de la educación, la identidad nacional o la salud. Los resultados de estos estudios contribuyeron a aclarar que no es sólo la interacción de los niños con la televisión la responsable de varias situaciones, sino que la influencia del contexto familiar y escolar también son determinantes, señalando el carácter diferencial de la relación entre la televisión y sus audiencias. Además, siguiendo las sugerencias de Curran (1998) sería significativo revisar sus aportaciones a la luz de las construcciones teóricas actuales para recuperar sus inquietudes y hallazgos desde una nueva dimensión.

La investigación de la recepción televisiva (ERT) en México, se ha dado a partir de importantes vetas (Saintout, 1998). Desde finales de la década de los ochenta, hasta mediados de los noventa, el *Programa Institucional de Investigación y Prácticas Sociales* de la Universidad Iberoamericana, (PROIICOM), desarrolló varios ERT, los cuales significaron un esfuerzo por modificar epistemológica y metodológicamente la investigación de audiencias y generar teoría sobre recepción. Los principales aportes de este esfuerzo fueron las categorías analíticas de las "comunidades de apropiación" específicas, los "guiones mentales", "los escenarios de la recepción" así como la construcción metodológica para abordar al proceso de recepción inserto en sus mediaciones (Orozco y Padilla, 2001). Muchos de los resultados de estos trabajos se encuentran en la serie de "Cuadernos" publicados por el PROIICOM.

¹ En este texto se abreviará ERT a los estudios o investigación en recepción televisiva.

En la Universidad Autónoma Metropolitana de Xochimilco se llevó a cabo a finales de los 80's un estudio realizado por Corona (1989), el cual aportó al conocimiento de la apropiación y la producción de sentido a partir de los referentes mediáticos. Este estudio desmitificó el impacto y los efectos únicos de los medios masivos de comunicación, permitiendo ver, frente al receptor-pasivo, al sujeto activo en su propia "sujetización" y definiendo la formación del sujeto dialécticamente como un proceso tanto individual como social (Corona, 2000). Esta investigación es significativa debido a que centró el estudio de la comunicación en el sujeto o actor social, ampliando la reducción que imponía la perspectiva funcionalista a su función como receptor. Además, desplazó el interés por analizar el poder en el discurso de los medios por el estudio del discurso de los propios actores sociales. Este trabajo devino en una feroz crítica hacia los estudios de recepción mediática iniciales, sustentados en su mayoría en el "Modelo de Efectos de los Medios" perfilando nuevos trabajos en la línea de la recepción con base en el modelo de "la crítica literaria".

Otra veta, que es un importante antecedente de los ERT en México, es el *Programa Cultura* que se desarrolló bajo el liderazgo académico de Jorge González y Jesús Galindo en la Universidad de Colima, y que generó varias investigaciones en torno a las relaciones, usos y apropiaciones sociales del género de la telenovela (Covarrubias, et al. 1994; González, 1998). Estos trabajos fueron medulares para valorar el lugar de la telenovela en la vida cotidiana del país, como un producto de la cultura popular que ciertamente ha intervenido, en varias dimensiones de nuestras identidades y cultura nacional. A partir de estas investigaciones se desarrolla la categoría de "las cofradías de las emociones" y las posibilidades de negociación de las audiencias frente a los mensajes mediáticos, «los frentes culturales», una propuesta que consiste en demostrar que existe una disputa por la validación simbólica, en la que cada grupo sociocultural participa activamente para hacer valer su identidad cultural. El Programa Cultura se renueva y se abre al estudio de diversas temáticas en el campo de la

comunicación y la cultura, las cuales pueden seguirse en la publicación "Estudios sobre las culturas contemporáneas". El Programa Cultura cumplió veinte años y la revista dieciocho en 2004.²

Desde otra perspectiva diferente a la de los grupos académicos relevantes en el campo de este tipo de investigación, los ERT pueden clasificarse de acuerdo a temas sustantivos, con los que históricamente se han vinculado, como la educación, la política, la vida familiar, la cultura y la identidad nacional en las audiencias. Estos intereses también se han relacionado centrándose en un género televisivo específico como las telenovelas, los noticieros y de manera más reciente los "talk shows". Además, la elección de variables sociodemográficas, analizando a las audiencias de acuerdo a su edad, género o clase social, de manera diferenciada, han permitido construir los temas específicos de investigación.

Recepción televisiva y educación

Como ya se mencionó, los primeros estudios mexicanos en torno a la recepción tuvieron una inquietud por indagar el papel de la televisión en el quehacer educativo. Actualmente, en México hay varios investigadores que han seguido esta línea avanzada desde los ochentas por Guillermo Orozco y otros investigadores representativos de este binomio, como Delia Crovi y Mercedes Charles (Crovi, 1997, Charles, 1987). Esta línea de exploración inicia en el campo de la educación con la inquietud de vincular el quehacer de instituciones socializantes como la familia y la escuela con el de la televisión comercial ante el proceso de aprendizaje de los niños (Orozco, 1988). Continua con los trabajos del mencionado Programa Institucional de Investigación y Prácticas Sociales de la Universidad Iberoamericana (Cornejo, 1994; Orozco, 1991; 1992; 1994). Este esfuerzo perfiló buena parte del conocimiento que se tiene actualmente en torno a las audiencias infantiles en relación con sus escuelas, sus familias y su educación, y además contribuyó a la elaboración de metodologías para «evidenciar»

² Boletín informativo, 15 de Enero de 2004, Universidad de Colima, www.ucol.mx

/»televidenciar» la influencia de los medios encontrada en sus investigaciones para orientar a los sujetos hacia una recepción más crítica, selectiva e inteligente (Charles y Orozco, 1990; García, 1999; Orozco, 2001). La mayoría de las investigaciones que han seguido este sentido se han reconocido como una propuesta de educar para la recepción. Una propuesta que a su vez busca incidir tanto en el contexto de las políticas públicas, que ciertamente es el más difícil, como en propuestas concretas para aplicarse en el campo de la educación o en el ámbito familiar, de alcances más limitados, pero posibles.

Recepción y la construcción del espacio público

Los estudios en torno a la recepción con relación a la configuración y la comprensión de lo público por parte de las audiencias, se traducen en estudios del papel de los medios en los procesos electorales y la investigación más específica en torno a las noticias televisivas.

La interacción entre medios masivos de comunicación y los procesos políticos han sido estudiados desde finales de la década de los ochentas del pasado siglo, al emerger un contexto nacional de mayor democracia e independencia de parte de los medios. En su gran mayoría, estos estudios se fundamentan en los supuestos teóricos y metodológicos de la influencia de la agenda de los temas que establecen los medios, sus efectos y los patrones de exposición entre los públicos. Una amplia referencia sobre estos trabajos ha sido realizada por Francisco de Jesús Aceves (2000) quien asume las críticas a sus raíces cuantitativas y expone tanto sus desacuerdos como los señalamientos que el campo debe incorporar debido a que en el momento histórico que vive nuestro país, el estudio de la relación de todos los actores políticos con los espacios mediáticos es imprescindible para aportar a la consolidación democrática. Estos trabajos han analizado cómo los medios construyen la imagen de los candidatos y su papel en la percepción que de ellos se forman sus votantes potenciales (Aceves, 2000); y el papel de la televisión en la socialización política de los escolares (Ibarra, 2003).

A inicios de los noventa, surge una línea de investigación que se pregunta por el papel del género de los noticiarios en la comprensión del entorno de parte de sus audiencias, analiza tanto sus contenidos, como los usos que las familias hacen de su información, comparando esta actividad en diferentes regiones del país, como con relación a otros estudios similares en otras naciones. Sus objetivos pretenden comprender cómo la ubicación geopolítica, el sentido de pertenencia nacional, el nivel socioeconómico y el género se ubican como mediaciones en los procesos de recepción de noticias. Avanzan en la comprensión del consumo y las lecturas negociadas de este género televisivo en específico (Orozco, 1996, 1998; Lozano, 2000, 2001a).

La recepción televisiva en la familia

Este es el campo más difícil de describir debido a la diversidad de relaciones que varias investigaciones han establecido entre diferentes temáticas, pero todas fincándose en la recepción que ejerce la familia de la televisión. Como ya se narró, los estudios que tuvieron su origen en el Programa Cultura de la Universidad de Colima abordaron la relación de la recepción de telenovelas en familia, desde la perspectiva cultural, alejándose de analizar sólo al público infantil o joven, como había predominado en los primeros estudios, debido a la preocupación por la influencia no sólo de las telenovelas, sino en general, de la televisión comercial en la educación formal y la identidad nacional, como los intereses predominantes, entre otros.

Los estudios sobre telenovelas y familia ponderaron cómo la televisión se integra a las rutinas y a la cotidianidad de la vida familiar (Covarrubias et al., 1994; González, 1998) Sus aportaciones consisten en haber caracterizado diversas dimensiones y funciones de la relación de la televisión con la vida familiar en la ciudad de Colima. Fue un estudio realizado en la provincia mexicana que permitió ubicar su realidad con relación a los estudios en torno a familias anglosajonas como los de Morley (1986) y los de Lull, (1992) o latinoamericanas (Barrios, 1993; Tufte, 1993).

/»televidenciar» la influencia de los medios encontrada en sus investigaciones para orientar a los sujetos hacia una recepción más crítica, selectiva e inteligente (Charles y Orozco, 1990; García, 1999; Orozco, 2001). La mayoría de las investigaciones que han seguido este sentido se han reconocido como una propuesta de educar para la recepción. Una propuesta que a su vez busca incidir tanto en el contexto de las políticas públicas, que ciertamente es el más difícil, como en propuestas concretas para aplicarse en el campo de la educación o en el ámbito familiar, de alcances más limitados, pero posibles.

Recepción y la construcción del espacio público

Los estudios en torno a la recepción con relación a la configuración y la comprensión de lo público por parte de las audiencias, se traducen en estudios del papel de los medios en los procesos electorales y la investigación más específica en torno a las noticias televisivas.

La interacción entre medios masivos de comunicación y los procesos políticos han sido estudiados desde finales de la década de los ochentas del pasado siglo, al emerger un contexto nacional de mayor democracia e independencia de parte de los medios. En su gran mayoría, estos estudios se fundamentan en los supuestos teóricos y metodológicos de la influencia de la agenda de los temas que establecen los medios, sus efectos y los patrones de exposición entre los públicos. Una amplia referencia sobre estos trabajos ha sido realizada por Francisco de Jesús Aceves (2000) quien asume las críticas a sus raíces cuantitativas y expone tanto sus desacuerdos como los señalamientos que el campo debe incorporar debido a que en el momento histórico que vive nuestro país, el estudio de la relación de todos los actores políticos con los espacios mediáticos es imprescindible para aportar a la consolidación democrática. Estos trabajos han analizado cómo los medios construyen la imagen de los candidatos y su papel en la percepción que de ellos se forman sus votantes potenciales (Aceves, 2000); y el papel de la televisión en la socialización política de los escolares (Ibarra, 2003).

A inicios de los noventa, surge una línea de investigación que se pregunta por el papel del género de los noticiarios en la comprensión del entorno de parte de sus audiencias, analiza tanto sus contenidos, como los usos que las familias hacen de su información, comparando esta actividad en diferentes regiones del país, como con relación a otros estudios similares en otras naciones. Sus objetivos pretenden comprender cómo la ubicación geopolítica, el sentido de pertenencia nacional, el nivel socioeconómico y el género se ubican como mediaciones en los procesos de recepción de noticias. Avanzan en la comprensión del consumo y las lecturas negociadas de este género televisivo en específico (Orozco, 1996, 1998; Lozano, 2000, 2001a).

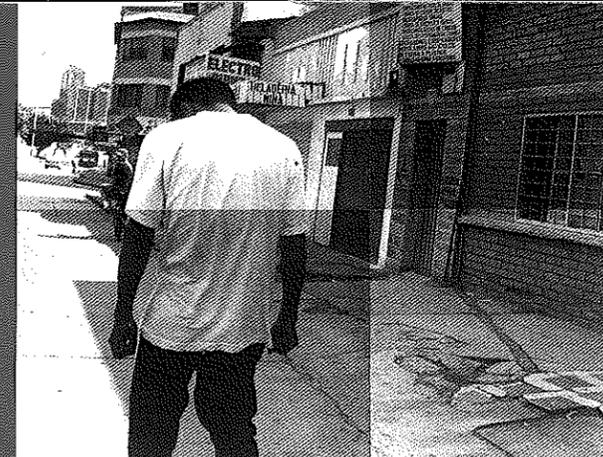
La recepción televisiva en la familia

Este es el campo más difícil de describir debido a la diversidad de relaciones que varias investigaciones han establecido entre diferentes temáticas, pero todas fincándose en la recepción que ejerce la familia de la televisión. Como ya se narró, los estudios que tuvieron su origen en el Programa Cultura de la Universidad de Colima abordaron la relación de la recepción de telenovelas en familia, desde la perspectiva cultural, alejándose de analizar sólo al público infantil o joven, como había predominado en los primeros estudios, debido a la preocupación por la influencia no sólo de las telenovelas, sino en general, de la televisión comercial en la educación formal y la identidad nacional, como los intereses predominantes, entre otros.

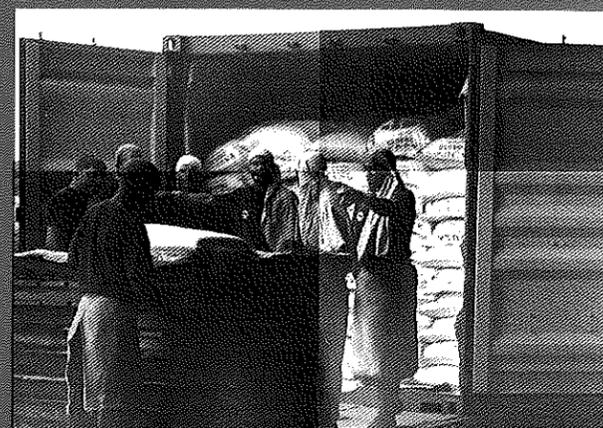
Los estudios sobre telenovelas y familia ponderaron cómo la televisión se integra a las rutinas y a la cotidianidad de la vida familiar (Covarrubias et al., 1994; González, 1998) Sus aportaciones consisten en haber caracterizado diversas dimensiones y funciones de la relación de la televisión con la vida familiar en la ciudad de Colima. Fue un estudio realizado en la provincia mexicana que permitió ubicar su realidad con relación a los estudios en torno a familias anglosajonas como los de Morley (1986) y los de Lull, (1992) o latinoamericanas (Barrios, 1993; Tufte, 1993).

Uno de los mayores aportes de la investigación cualitativa de la relación de la televisión con la familia, ha sido contrarrestar las creencias acerca de que la televisión atenta contra la comunicación familiar inevitablemente en todos los casos. Los estudios sobre televisión y familia concluyen que la televisión no es necesariamente un elemento negativo en la familia, todo depende de que la familia se comunique satisfactoriamente y cumpla su papel de educadora en el sentido de aprovechar o reforzar los contenidos de este medio. En algunas familias el ver televisión es la única actividad que comparten, y dependiendo de cómo la familia asuma esta práctica, puede ser, por el contrario, una actividad que promueva la comunicación en familia. La televisión puede propiciar temas de conversación y comunicación no verbal como contactos corporales al ver televisión. Asimismo, la televisión puede servir para interrumpir o evadir la comunicación entre la familia (Barrios, 1993; Covarrubias, et al., 1994; González, 1998).

Otros estudios que han contribuido al campo en el análisis de la recepción televisiva en relación con los usos y significaciones que se le atribuyen a la televisión en el contexto familiar son los trabajos de Martha Renero (1995, 1996, 1997, 2000, 2002). Estos estudios han resaltado el papel central que la madre de familia representa en la relación entre la televisión y la familia, de manera diferencial entre clases sociales; la forma en la cual es comprendida la programación televisiva en inglés por familias de buen nivel económico; el consumo de televisión en el tiempo libre de los jóvenes y tanto la producción como la recepción de los programas tipo "talk show" entre el público femenino. Estas investigaciones han evidenciado que la influencia de la televisión ciertamente varía de acuerdo al contexto y la situación familiar. Otro investigador, Luis A. Guadarrama ha estudiado la relación familia/medios de comunicación, y coordina el proyecto de la red iberoamericana de investigación en familia y medios de comunicación, FAMECOM. Ha vinculado esta temática con otras, como las rutinas que al interior del espacio doméstico trazan hombres y mujeres configurando nuevas identidades de género; la salud y la cultura de la paz (Guadarrama, 1998, 2001a, 2001b, 2001c); o



Fotografía: Carlos A. Salinas



Fotografía: Anac. Rico



Fotografía: Alejandro Hernández



Fotografía: Karen Ochoa

por otra parte, también la recepción televisiva se vincula con su contraste: la violencia (García, 1999; Huerta, 1999).

La manera en la cual las familias interactúan con este medio ha sido el interés de trabajos recientes como el de Ana María Navarro (2004) que aporta una comprensión vigente de cómo las familias mexicanas se relacionan con la televisión, cuáles son sus estrategias de recepción y que sentidos surgen de ella, tipificando diferentes tipos de televidencia familiar.

En cuanto a la relación entre la recepción y la configuración de las identidades en la familia, existe el estudio de Armando Ibarra (1998) que se interroga por las identidades colectivas, en este caso la identidad de los habitantes de Guadalajara con relación a la nacional y lo extranjero. Encontró que la identidad local está presente en primer lugar y se visualiza en tradiciones pasadas, edificios, símbolos de la ciudad y equipos de fútbol.

En el ámbito de las identidades de género, en México se han retomado las propuestas desde la teoría feminista que deja de privilegiar el estudio de los estereotipos en los contenidos mediáticos para centrarse en indagar el papel que tiene su consumo en la configuración de las identidades en las prácticas de significación (Bustos, 1997, Padilla, 2004). Estos estudios explican que la manera en la cual las personas utilizan lo que ven, específicamente en estas investigaciones con relación a las telenovelas, es compleja y diferenciada y no sólo refuerzan relaciones de género desiguales, sino que se convierten en espacios en potencia para apoyar la redefinición de las identidades tanto masculinas como femeninas.

La recepción ante la programación propia y ajena

En el norte de México se trabaja la línea de investigación en torno al proceso de recepción en relación al consumo y el impacto de los mensajes comunicacionales. En el Instituto Tecnológico de Monterrey se han realizado varios trabajos bajo la organización académica de Carlos Lozano que tienen como objetivos: determinar el impacto de los nuevos sistemas de comunicación y en especial de los extranjeros, en la cultura y la identidad nacional de los

mexicanos (Lozano, 1996; Garza, 1996; García, 1997; Yarto, 1999; Durón, 1999) y explorar los procesos de uso, apropiación y consumo de los mensajes nacionales y transnacionales (Pérez, 1997; Leetoy, 1998; Cerda y Aída, 1999; Hernández, 2000; Lozano 2000, 2001^a, 2001^b). Estas investigaciones se han reforzado a partir de 1999 con la obtención de la sede de la *Cátedra Televisa* de parte de esta institución, la cual aporta recursos para sentar las bases para el desarrollo de un centro de investigación permanente sobre los públicos televisivos en México, además de fomentar el trabajo entre la academia y la televisión comercial. Su aporte ha sido trabajar tanto aspectos cuantitativos como cualitativos e integrar, además del estudio de las rutinas de uso y consumo de la televisión, una aproximación al tipo de lecturas realizadas por las audiencias entre diferentes variables sociodemográficas y en tres de las ciudades principales de nuestro país: México, D.F., Guadalajara y Monterrey.

Las direcciones de las búsquedas

La búsqueda por comprender el papel de la televisión en la vida contemporánea se ha orientado desde diferentes lógicas epistemológicas, siendo las más evidentes la basada en la comprensión matemática y medición del comportamiento humano y por otra parte, la comprensión hermenéutica de la vida cotidiana y de los significados que se producen en su devenir. Sin embargo, lo que unifica estos esfuerzos es su intento por superar las perspectivas optimistas o apocalípticas ante este medio de comunicación, basadas sólo en la calidad de sus contenidos, o en la mera especulación, más que en estudios empíricos, sea de los patrones de consumo o de las interpretaciones, lecturas, e inserción de la televisión en la vida diaria de los televidentes.

Orozco (2000b) explica que estas búsquedas se han polarizado, más allá de la dicotomía cuantitativa/cualitativa, en dos direcciones. Por una parte, aquéllas que estudian a la televisión dentro del campo de la comunicación masiva, que serían los "media studies" en el ámbito anglosajón, y que comprenden tanto a los procesos de recepción como a los receptores o las audiencias como ámbitos y sujetos, tanto en lo individual como en lo colectivo, como legítimos

por otra parte, también la recepción televisiva se vincula con su contraste: la violencia (García, 1999; Huerta, 1999).

La manera en la cual las familias interactúan con este medio ha sido el interés de trabajos recientes como el de Ana María Navarro (2004) que aporta una comprensión vigente de cómo las familias mexicanas se relacionan con la televisión, cuáles son sus estrategias de recepción y que sentidos surgen de ella, tipificando diferentes tipos de televidencia familiar.

En cuanto a la relación entre la recepción y la configuración de las identidades en la familia, existe el estudio de Armando Ibarra (1998) que se interroga por las identidades colectivas, en este caso la identidad de los habitantes de Guadalajara con relación a la nacional y lo extranjero. Encontró que la identidad local está presente en primer lugar y se visualiza en tradiciones pasadas, edificios, símbolos de la ciudad y equipos de fútbol.

En el ámbito de las identidades de género, en México se han retomado las propuestas desde la teoría feminista que deja de privilegiar el estudio de los estereotipos en los contenidos mediáticos para centrarse en indagar el papel que tiene su consumo en la configuración de las identidades en las prácticas de significación (Bustos, 1997, Padilla, 2004). Estos estudios explican que la manera en la cual las personas utilizan lo que ven, específicamente en estas investigaciones con relación a las telenovelas, es compleja y diferenciada, sino que se convierten en espacios en potencia para apoyar la redefinición de las identidades tanto masculinas como femeninas.

La recepción ante la programación propia y ajena

En el norte de México se trabaja la línea de investigación en torno al proceso de recepción en relación al consumo y el impacto de los mensajes comunicacionales. En el Instituto Tecnológico de Monterrey se han realizado varios trabajos bajo la organización académica de Carlos Lozano que tienen como objetivos: determinar el impacto de los nuevos sistemas de comunicación y en especial de los extranjeros, en la cultura y la identidad nacional de los

mexicanos (Lozano, 1996; Garza, 1996; García, 1997; Yarto, 1999; Durón, 1999) y explorar los procesos de uso, apropiación y consumo de los mensajes nacionales y transnacionales (Pérez, 1997; Leetoy, 1998; Cerda y Aída, 1999; Hernández, 2000; Lozano 2000, 2001^a, 2001^b). Estas investigaciones se han reforzado a partir de 1999 con la obtención de la sede de la *Cátedra Televisa* de parte de esta institución, la cual aporta recursos para sentar las bases para el desarrollo de un centro de investigación permanente sobre los públicos televisivos en México, además de fomentar el trabajo entre la academia y la televisión comercial. Su aporte ha sido trabajar tanto aspectos cuantitativos como cualitativos e integrar, además del estudio de las rutinas de uso y consumo de la televisión, una aproximación al tipo de lecturas realizadas por las audiencias entre diferentes variables sociodemográficas y en tres de las ciudades principales de nuestro país: México, D.F., Guadalajara y Monterrey.

Las direcciones de las búsquedas

La búsqueda por comprender el papel de la televisión en la vida contemporánea se ha orientado desde diferentes lógicas epistemológicas, siendo las más evidentes la basada en la comprensión matemática y medición del comportamiento humano y por otra parte, la comprensión hermenéutica de la vida cotidiana y de los significados que se producen en su devenir. Sin embargo, lo que unifica estos esfuerzos es su intento por superar las perspectivas optimistas o apocalípticas ante este medio de comunicación, basadas sólo en la calidad de sus contenidos, o en la mera especulación, más que en estudios empíricos, sea de los patrones de consumo o de las interpretaciones, lecturas, e inserción de la televisión en la vida diaria de los televidentes.

Orozco (2000b) explica que estas búsquedas se han polarizado, más allá de la dicotomía cuantitativa/cualitativa, en dos direcciones. Por una parte, aquéllas que estudian a la televisión dentro del campo de la comunicación masiva, que serían los "media studies" en el ámbito anglosajón, y que comprenden tanto a los procesos de recepción como a los receptores o las audiencias como ámbitos y sujetos, tanto en lo individual como en lo colectivo, como legítimos

de análisis científico (e.g. Lozano, 2001^a, 2001^b; Orozco, 2000a). Además, existen las visiones que diluyen las interacciones mediáticas de los sujetos sociales en diversos tipos de estudios culturales (e.g. Piccini, 1993; García Canclini, 1989). El debate sobre lo que se han denominado "estudios de recepción" es expuesto con detalle por María Cristina Mata (2001), reconociendo sus logros al cuestionar las explicaciones monocausales, pero también las dificultades en que han desembocado en la indefinición de su territorio disperso. Propone seguir el desarrollo de la perspectiva etnográfica, desde los planteamientos de Giddens, y enriquecerla con una amplia perspectiva documental, además de incorporar un carácter histórico o diacrónico en la investigación de los procesos de constitución y los mecanismos de la sociedad de públicos.

ASIMISMO, SE PROPONE QUE EN LOS ESTUDIOS DE CASO NO SÓLO ES IMPRESCINDIBLE ARTICULAR LAS DIFERENTES DIMENSIONES IDENTIFICADAS SINO QUE ELLOS DEBEN CONVERTIRSE EN RECURSOS PARA LA REDEFINICIÓN DE LAS NOCIONES Y LA ELABORACIÓN DE NUEVAS HIPÓTESIS COMPRESIVAS QUE NOS PERMITAN ACERCARNOS AL PROBLEMA CRUCIAL: RESPONDER DE QUÉ MANERA SOMOS HOY UNA SOCIEDAD DE PÚBLICOS Y LO QUE ELLO IMPLICA EN TÉRMINOS DE VIDA, ES DECIR, EN LOS MODOS QUE TENEMOS LOS SERES HUMANOS DE SER Y ACTUAR. (MATA, 2001, p. 197)

Por su parte, Orozco argumenta que el debate y la variedad han evidenciado su complejidad, por lo cual se ha rebasado claramente el concepto de "recepción". En aras de integrar su diversidad espacial y temporal, epistemológicamente propone el concepto «televidencia», el cual comprende como "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, 2000a).

La televidencia implica, en primer lugar, lo que significa el ser y estar como audiencia en las sociedades contemporáneas. Un segundo ámbito se refiere a la modificación del vínculo del sujeto social con su entorno, ahora la «mass mediación globalizante» invade y necesariamente transforma nuestros modos de percepción, apropiación, producción y circulación de saberes, conocimientos, juicios, actitudes y pensamientos; pero sobre todo transforma los usos sociales de lo percibido, apropiado y producido por las

audiencias. Esta teoría coincide con el pensamiento de John Thompson (1998), que describe cómo la experiencia vital del ser humano se ha complejizado en el contexto mediático actual y necesariamente transforma la identidad del yo. En tercer lugar, Orozco caracteriza a las audiencias, en el sentido de que en el intercambio social y la participación real de los sujetos se han trastocado los límites del espacio temporal de su entorno. Se desplaza la comunicación y el intercambio presencial hacia nuevos ámbitos de lugares virtuales o «no lugares» en donde lo público y lo privado, la participación política, la religiosidad, lo masculino, femenino, el mundo infantil y los temas de adultos se representan en todo lugar, a cualquier hora, y en ello participan todo tipo de personas como audiencias, complejizando sus posicionamientos y reacciones (Orozco, 2000a).

Los estudios más recientes

Como afirmábamos al inicio de esta revisión, en los años más recientes se ha notado una especie de revitalización del interés por las interacciones de las audiencias con los medios. Los estudios realmente ejemplares que acaban de circular en México permiten apreciar que la recepción se ha vuelto compleja, multidisciplinaria y multimetodológica. Compleja, porque se recoge información de diferentes fuentes que están interconectadas, como son los contextos, las situaciones, las mediaciones, las trayectorias de vida de los sujetos, la institucionalidad de los medios, la tecnología y sus implicaciones económicas, políticas y culturales, los cambios colectivos e individuales en la percepción, etc. Todo esto además, de manera diacrónica y sincrónica.

Los esfuerzos de investigación son realmente multidisciplinarios. Una mirada se construye desde la psicología, la comunicación y la cultura. Otra desde la antropología la ciencia política y la comunicación, Otra más desde la educación, la percepción y la comunicación, una más aun desde los estudios de cine o radio, la antropología, la sociología y la comunicación.

Por ejemplo, Patricia Torres (2004) en su tesis: *Del sujeto a la pantalla; el cine mexicano y su audiencia en Guadalajara* explora la memoria

cultural de los jóvenes que se relacionan con las "nuevas" propuestas del emergente cine mexicano, descubriendo que más que las nuevas estéticas o formatos cinematográficos usados por este nuevo cine, son los modelos culturales que lo sustentan el referente más profundo que resurge en las visiones de los jóvenes y desde donde reconstruyen sus identidades individuales y colectivas. En este tipo de exploración se incorpora desde el recuento estadístico de las entradas a los cinemas, o sea el número de cuántas entradas para ver la función se vendieron durante cuántas semanas y conformaron los índices de audiencia, hasta la entrevista en profundidad y los discursos consensuados en grupos de discusión sobre percepciones de temas polémicos, desde los cuales la propuesta cinematográfica se apropia o se resiste, pasando por un análisis de contenido muy minucioso de películas representativas de este tipo de cine. Desde esta investigación se re legitima el grupo de discusión como una herramienta particularmente idónea para explorar los procesos de negociación y resistencia en la construcción colectiva de significados a partir de los referentes filmicos.

Otra investigación ejemplar es la tesis doctoral de Luz María Aguilar (2004): *Pedagogía crítica de las competencias comunicativas: una propuesta para la enseñanza de la lengua materna*. Aquí desde lo educativo se explora la recepción televisiva de niños de diversa clase social para entender de qué manera se entremezcla la recepción con la enseñanza del español en la escuela. Un eje central de la investigación es el desarrollo de las competencias lingüísticas de los niños tanto a partir de la televisión, como a partir de su curso de español en el salón de clases. La inter discursividad se vuelve no sólo una meta por alcanzar sino un objeto analizable desde donde se pueda realizar el diseño de estrategias discursivas críticas complejas que permitan a los niños alfabetizarse de manera múltiple en lecto escritura y en lenguajes audiovisuales. Desde la pedagogía crítica se asume que el desarrollo de la lengua materna y la lecto escritura son competencias también políticas desde la infancia y desde esa dimensión también se busca hacer sentido en la enseñanza y desarrollo de las competencias inter discursivas.

La investigación realizada por David González (2004) para su tesis de maestría en comunicación: *El sueño americano en México. Televisión estadounidense y audiencias juveniles en Tijuana*, es un buen ejemplo de análisis intercultural de recepción. A diferencia de los énfasis tradicionales de investigación con audiencias fronterizas hechos en los ochentas y noventas, en esta tesis se explora el ver televisión como un proceso cultural que es permeable a la comparación crítica de dos culturas en tiempos de globalización, la propia y la otra y se descubre que sin perder su identidad, los jóvenes mexicanos de Tijuana disfrutaban más el humor de las comedias de situación estadounidenses que el de los programas cómicos mexicanos porque encierran menos agresivos a los primeros y menos machistas y excluyentes que el típico humor nacional. Este en sí mismo abre las vetas para un tipo de investigación sobre transformaciones de hábitos y gustos culturales justo vehiculados por la televisión que al parecer sigue aferrándose a cánones y modelos anacrónicos.

En *Relatos de Telenovelas. Vida, Conflictos e Identidades*. (2004) Rebeca Padilla entrelaza las teorías de recepción y estructuración sociales, los estudios culturales y feministas en el campo de la comunicación con el fin de recuperar los discursos de los miembros de diferentes familias con relación a las telenovelas y sus procesos personales de construcción de la identidad de género. La investigación da cuenta de diferentes televidencias en la ciudad de Aguascalientes, México. Por una parte se distinguen los estratos socioeconómicos, sus posiciones, estilos culturales y de vida cotidiana frente a la telenovela, y además se ofrece una visión por segmentos de edad, que cruzada con la primera, complementa un panorama bastante íntegro de las relaciones de la familia con el melodrama televisivo. El estudio contribuye a la comprensión del papel de los referentes televisivos en la negociación y vivencia cotidiana de la configuración de identidades en las sociedades contemporáneas.

Finalmente mencionamos otro estudio ejemplar: *Mensajes televisivos y discurso infantil sobre desigualdades sociales en dos grupos de la zona metropolitana de Guadalajara*. Aquí su autora, Yadira Robles (2003) se aboca a la comprensión compleja de la construcción nada menos que de

cultural de los jóvenes que se relacionan con las "nuevas" propuestas del emergente cine mexicano, descubriendo que más que las nuevas estéticas o formatos cinematográficos usados por este nuevo cine, son los modelos culturales que lo sustentan el referente más profundo que resurge en las visiones de los jóvenes y desde donde reconstruyen sus identidades individuales y colectivas. En este tipo de exploración se incorpora desde el recuento estadístico de las entradas a los cinemas, o sea el número de cuántas entradas para ver la función se vendieron durante cuántas semanas y conformaron los índices de audiencia, hasta la entrevista en profundidad y los discursos consensuados en grupos de discusión sobre percepciones de temas polémicos, desde los cuales la propuesta cinematográfica se apropia o se resiste, pasando por un análisis de contenido muy minucioso de películas representativas de este tipo de cine. Desde esta investigación se re legitima el grupo de discusión como una herramienta particularmente idónea para explorar los procesos de negociación y resistencia en la construcción colectiva de significados a partir de los referentes filmicos.

Otra investigación ejemplar es la tesis doctoral de Luz María Aguilar (2004): *Pedagogía crítica de las competencias comunicativas: una propuesta para la enseñanza de la lengua materna*. Aquí desde lo educativo se explora la recepción televisiva de niños de diversa clase social para entender de qué manera se entremezcla la recepción con la enseñanza del español en la escuela. Un eje central de la investigación es el desarrollo de las competencias lingüísticas de los niños tanto a partir de la televisión, como a partir de su curso de español en el salón de clases. La interdiscursividad se vuelve no sólo una meta por alcanzar sino un objeto analizable desde donde se pueda realizar el diseño de estrategias discursivas críticas complejas que permitan a los niños alfabetizarse de manera múltiple en lecto escritura y en lenguajes audiovisuales. Desde la pedagogía crítica se asume que el desarrollo de la lengua materna y la lecto escritura son competencias también políticas desde la infancia y desde esa dimensión también se busca hacer sentido en la enseñanza y desarrollo de las competencias interdiscursivas.

La investigación realizada por David González (2004) para su tesis de maestría en comunicación: *El sueño americano en México. Televisión estadounidense y audiencias juveniles en Tijuana*, es un buen ejemplo de análisis intercultural de recepción. A diferencia de los énfasis tradicionales de investigación con audiencias fronterizas hechos en los ochentas y noventas, en esta tesis se explora el ver televisión como un proceso cultural que es permeable a la comparación crítica de dos culturas en tiempos de globalización, la propia y la otra y se descubre que sin perder su identidad, los jóvenes mexicanos de Tijuana disfrutaban más el humor de las comedias de situación estadounidenses que el de los programas cómicos mexicanos porque encuentran menos agresivos a los primeros y menos machistas y excluyentes que el típico humor nacional. Este en sí mismo abre las vetas para un tipo de investigación sobre transformaciones de hábitos y gustos culturales justo vehiculados por la televisión que al parecer sigue aferrándose a cánones y modelos anacrónicos.

En *Relatos de Telenovelas. Vida, Conflictos e Identidades*. (2004) Rebeca Padilla entrelaza las teorías de recepción y estructuración sociales, los estudios culturales y feministas en el campo de la comunicación con el fin de recuperar los discursos de los miembros de diferentes familias con relación a las telenovelas y sus procesos personales de construcción de la identidad de género. La investigación da cuenta de diferentes televidencias en la ciudad de Aguascalientes, México. Por una parte se distinguen los estratos socioeconómicos, sus posiciones, estilos culturales y de vida cotidiana frente a la telenovela, y además se ofrece una visión por segmentos de edad, que cruzada con la primera, complementa un panorama bastante íntegro de las relaciones de la familia con el melodrama televisivo. El estudio contribuye a la comprensión del papel de los referentes televisivos en la negociación y vivencia cotidiana de la configuración de identidades en las sociedades contemporáneas.

Finalmente mencionamos otro estudio ejemplar: *Mensajes televisivos y discurso infantil sobre desigualdades sociales en dos grupos de la zona metropolitana de Guadalajara*. Aquí su autora, Yadira Robles (2003) se aboca a la comprensión compleja de la construcción nada menos que de

las diferencias sociales. Explora los referentes televisivos que diferencian a los sujetos examinando las situaciones concretas en que esas diferenciaciones aparecen y compara la apropiación que de ellas hacen grupos diferenciados de niños, mostrando los modos y los grados en que se van reconstruyendo e introyectando las propuestas televisivas, pero no sólo como efecto de la televisión sobre una audiencia pasiva, sino como negociación compleja entre diferentes condicionantes y situaciones.

Las reflexiones que surgen del estatuto de "los estudios de recepción" mexicanos claramente señalan que una primera etapa de su desarrollo ya ha sido transitada, en donde se recuperó la mirada de las personas ante la televisión y se indagó desde perspectivas y metodologías cualitativas que permitieron enlazar el trabajo académico con las inquietudes y vivencias reales de las personas. Sin embargo, ahora es evidente que se debe ampliar la mirada. Por una parte, se ubica el debate entre los estudios en torno a la recepción televisiva y los estudios de la recepción de medios en general, y por otra, se plantea el mantener las posibilidades que la etnografía del consumo de medios y de manera específica de la televisión abrieron, e incorporar, a la vez, visiones más amplias que permitan una crítica cultural. Los estudios de caso deben leerse desde lo macro, comparando su información con las condiciones que desde la producción mediática conforman a los públicos, incorporando la dimensión histórica y triangulando información de naturaleza cuantitativa.

A nivel teórico es un argumento válido, el ampliar el alcance de "los estudios de recepción" hacia el estudio de "la televidencia" o "de las interacciones de los públicos". Sin embargo, en la realidad del quehacer de la investigación en México habría que plantear la necesidad de una estrategia para optimizar los esfuerzos y contribuir, no a la homogeneización de este campo de estudios, dado que el debate y su diversidad es lo que permitirá su continuidad y riqueza, sino hacia mejores condiciones para el trabajo en equipo y en colaboración, la puesta en común de resultados mediante canales de divulgación entre investigadores y hacia otras áreas de estudio para nutrir las con sus aportes.

Una de las tareas inmediatas para estos estudios es plantearnos cómo desde la diversidad se puede trabajar de manera informada entre sí y crear espacios en donde debatir, organizar y consensar los avances. No sólo el campo de la comunicación, en general, requiere el trabajo de los estudios de recepción para completar su visión de la sociedad, actualmente las humanidades y las ciencias sociales no pueden desconocer el papel que la televisión y los medios tienen en la configuración de los seres humanos. La construcción de los estudios de recepción televisiva se traduce en la fortaleza del campo de la comunicación en general, y en un importante aporte al conocimiento científico y humano.

Concluimos explicitando nuestra profunda convicción de que realizar investigación de los procesos de recepción de medios constituye una posibilidad más que nunca importante para explorar múltiples procesos socioculturales, estéticos, políticos y educativos de las sociedades contemporáneas. Es ahí hacia donde apuntan los últimos esfuerzos de investigación de la recepción realizados en México.³

³ Bibliografía:

Aceves, F. (2000) La investigación académica sobre el papel de los medios de comunicación en los procesos electorales en México. *Comunicación y Sociedad*, 37 pp. 11-36, DECS, Universidad de Guadalajara.

Aguilar, L. E. (2004) *Pedagogía crítica de las competencias comunicativas: una propuesta para la enseñanza de la lengua materna*. Tesis de doctorado, DEDUC. Universidad de Guadalajara, México.

Barrios, L. (1993) *Familia y televisión*, Monte Ávila editores, Venezuela.

Bustos, O. (1997) Visiones y percepciones de mujeres y hombres como receptoras(es) de telenovelas. en Tarrés, M. (comp.) *La voluntad de ser. Mujeres en los noventa*, pp.113-135, El Colegio de México, México.

Cerda, C. (1999). *Maneras de ver y usar la Tv: Análisis por género y nivel socioeconómico de los hábitos de consumo televisivo de las audiencias de Monterrey, México, D.F. y Guadalajara*. Tesis de maestría, Instituto Tecnológico de Monterrey, México.

Charles, M. (1987) *Nacionalismo, educación y medios de comunicación*, Tesis de maestría, Universidad Iberoamericana, México D.F.

- ___ y Orozco G. (Comps.) (1990) Educación para la recepción. Hacia una lectura crítica de los medios. Ed. Trillas, México.
- Corona, S. (1989) El niño y la televisión: Una relación de doble apropiación. En Sánchez Ruíz, E. (comp.) Teleadicción infantil: ¿mito o realidad? pp. 69-77, Universidad de Guadalajara, México.
- ___ (2000) De los medios a los sujetos. Una trayectoria para abordar la comunicación desde los actores. En Orozco, G. (Coord.) Lo Viejo y lo Nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI, pp. 95-108, Ediciones de la Torre, Madrid.
- Cornejo, I. (1994) ¿Cómo la ves? El psicodrama aplicado para el estudio de la recepción televisiva de los niños. Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva Cuadernos de comunicación y prácticas sociales, 6, 89-106. Universidad Iberoamericana, México.
- Covarrubias, K. Bautista A. y Uribe, A. (1994) Cuéntame en qué se quedó: La telenovela como fenómeno social, Editorial Trillas, México.
- Cremoux, R. (1968). La televisión y el alumno de secundaria del Distrito Federal. México: Centro de Estudios Educativos, CEE, México
- Crovi, Delia. (1997) Ser joven a fin de siglo. Influencia de la Tv en las opiniones políticas de los jóvenes. Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- Curran, J. (1998). El nuevo revisionismo en los estudios de comunicación: una reevaluación. En J. Curran, D. Morley y V. Walkerdine (comps.) Estudios Culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo pp.383-415, Paidós, Barcelona.
- De la Peza, (2003) Las tram(p)as de los estudios de recepción y opinión pública. Revista Tram(p)as de la comunicación y la cultura, No. 12, año 2, abril, pp. 8-24. Universidad Nacional de la Plata, Argentina.
- Durón, S. (1999) Manera en que la TV afecta el consumo de las amas de casa de la ciudad de Monterrey, N.L. según su clase social. Tesis de Maestría. Instituto Tecnológico de Monterrey, Monterrey, México.
- Fernández, C. Baptista, L. y Elkes, D. (1986). La televisión y el niño, Nueva Biblioteca Pedagógica 56, México.
- García, E. (1999) Televisión, violencia y niños: una propuesta de educación para la recepción. Tesis de Maestría. Instituto Tecnológico de Monterrey, México.
- García, R. (1997) Preferencias programáticas locales, nacionales y extranjeras en el área metropolitana de Monterrey. Tesis de Maestría. Instituto Tecnológico de Monterrey, México.
- García Canclini, N. (1989). Culturas híbridas. Grijalbo/FNCA, México.
- Garza, Y. (1996) Patrón de exposición y preferencias programáticas televisivas de los jóvenes de preparatoria de Monterrey y su área conurbada. Tesis de Maestría. Instituto Tecnológico de Monterrey, México.
- Gómez, V. Hector. Lo visible por lo invisible. La configuración de la mirada cultural en las provincias mexicanas. Espacios de Comunicación. Universidad Iberoamericana, No. 3, Mexico.
- González, Jorge. (Comp.) (1998) La Cofradía de las Emociones (In)terminables: Miradas sobre Telenovelas en México. Universidad de Guadalajara, México.
- González, David. (2004) El sueño americano en México. televisión estadounidense y audiencias juveniles en Tijuana. Tesis de maestría en comunicación. Universidad ITESO, Guadalajara, México.
- Guadarrama, L. (1998) Dinámica familiar y televisión: Un estudio sistémico. Universidad Autónoma del Estado de México, México.
- Guadarrama, L. (2001^a) La casa: Un espacio de trabajo-descanso, según el género con que se mire. Ponencia presentada en el XXIII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología, ALAS. Manuscrito. Universidad Autónoma del Estado de México, México.
- ___ (2001b) Medios, familia y salud. Ponencia presentada en la IV Conferencia Brasileña de Comunicación e Saúde. Manuscrito, Universidad Autónoma del Estado de México, México.
- ___ (2001c) Familia, un espacio de tensiones para la cultura de paz. Ponencia presentada en el X Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social. Manuscrito. Universidad Autónoma del Estado de México, México.
- Hernández, M. (2000). Discusión y apropiación de contenidos televisivos entre los miembros de las familias de Monterrey, Guadalajara y México, D.F. Tesis de Maestría. Instituto Tecnológico de Monterrey, México.
- Huerta, J. (1999) Percepción de la violencia en televidentes del área metropolitana de Monterrey. Tesis de Maestría. Instituto Tecnológico de Monterrey, México.
- Ibarra, A. (1998) Recepción televisiva en tres familias de Guadalajara. Primer acercamiento a su identidad tapatía. Comunicación y Sociedad, 33 pp. 171-204 DECS, Universidad de Guadalajara.
- ___ (2003) Televisión y socialización política de escolares en la zona metropolitana de Guadalajara. Tesis de doctorado en Ciencias Sociales, Universidad de Guadalajara, México.

___y Orozco G. (Comps.) (1990) Educación para la recepción. Hacia una lectura crítica de los medios. Ed. Trillas, México.

Corona, S. (1989) El niño y la televisión: Una relación de doble apropiación. En Sánchez Ruíz, E. (comp.) Teleadicción infantil: ¿mito o realidad? pp. 69-77, Universidad de Guadalajara, México.

___ (2000) De los medios a los sujetos. Una trayectoria para abordar la comunicación desde los actores. En Orozco, G. (Coord.) Lo Viejo y lo Nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI, pp. 95-108, Ediciones de la Torre, Madrid.

Cornejo, I. (1994) ¿Cómo la ves? El psicodrama aplicado para el estudio de la recepción televisiva de los niños. Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva Cuadernos de comunicación y prácticas sociales, 6, 89-106. Universidad Iberoamericana, México.

Covarrubias, K. Bautista A. y Uribe, A. (1994) Cuéntame en qué se quedó: La telenovela como fenómeno social, Editorial Trillas, México.

Cremoux, R. (1968). La televisión y el alumno de secundaria del Distrito Federal. México: Centro de Estudios Educativos, CEE, México

Crovi, Delia. (1997) Ser joven a fin de siglo. Influencia de la Tv en las opiniones políticas de los jóvenes. Universidad Nacional Autónoma de México, México.

Curran, J. (1998). El nuevo revisionismo en los estudios de comunicación: una reevaluación. En J. Curran, D. Morley y V. Walkerdine (comps.) Estudios Culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo pp.383-415, Paidós, Barcelona.

142 De la Peza, (2003) Las tram(p)as de los estudios de recepción y opinión pública. Revista Tram(p)as de la comunicación y la cultura, No. 12, año 2, abril, pp. 8-24. Universidad Nacional de la Plata, Argentina.

Durón, S. (1999) Manera en que la TV afecta el consumo de las amas de casa de la ciudad de Monterrey, N.L. según su clase social. Tesis de Maestría. Instituto Tecnológico de Monterrey, Monterrey, México.

Fernández, C. Baptista, L. y Elkes, D. (1986). La televisión y el niño, Nueva Biblioteca Pedagógica 56, México.

García, E. (1999) Televisión, violencia y niños: una propuesta de educación para la recepción. Tesis de Maestría. Instituto Tecnológico de Monterrey, México.

García, R. (1997) Preferencias programáticas locales, nacionales y extranjeras en el área metropolitana de Monterrey. Tesis de Maestría. Instituto Tecnológico de Monterrey, México.

García Canclini, N. (1989). Culturas híbridas. Grijalbo/FNCA, México.

Garza, Y. (1996) Patrón de exposición y preferencias programáticas televisivas de los jóvenes de preparatoria de Monterrey y su área conurbada. Tesis de Maestría. Instituto Tecnológico de Monterrey, México.

Gómez, V. Hector. Lo visible por lo invisible. La configuración de la mirada cultural en las provincias mexicanas. Espacios de Comunicación. Universidad Iberoamericana, No. 3, Mexico.

González, Jorge. (Comp.) (1998) La Cofradía de las Emociones (In)terminables: Miradas sobre Telenovelas en México. Universidad de Guadalajara, México.

González, David. (2004) El sueño americano en México. televisión estadounidense y audiencias juveniles en Tijuana. Tesis de maestría en comunicación. Universidad ITESO, Guadalajara, México.

Guadarrama, L. (1998) Dinámica familiar y televisión: Un estudio sistémico, Universidad Autónoma del Estado de México, México.

Guadarrama, L. (2001^a) La casa: Un espacio de trabajo-descanso, según el género con que se mire. Ponencia presentada en el XXIII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología, ALAS. Manuscrito. Universidad Autónoma del Estado de México, México.

___ (2001b) Medios, familia y salud. Ponencia presentada en la IV Conferencia Brasileña de Comunicación e Saúde. Manuscrito, Universidad Autónoma del Estado de México, México.

___ (2001c) Familia, un espacio de tensiones para la cultura de paz. Ponencia presentada en el X Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social. Manuscrito. Universidad Autónoma del Estado de México, México.

Hernández, M. (2000). Discusión y apropiación de contenidos televisivos entre los miembros de las familias de Monterrey, Guadalajara y México, D.F. Tesis de Maestría. Instituto Tecnológico de Monterrey, México.

Huerta, J. (1999) Percepción de la violencia en televidentes del área metropolitana de Monterrey. Tesis de Maestría. Instituto Tecnológico de Monterrey, México.

Ibarra, A. (1998) Recepción televisiva en tres familias de Guadalajara. Primer acercamiento a su identidad tapatía. Comunicación y Sociedad, 33 pp. 171-204 DECS, Universidad de Guadalajara.

___ (2003) Televisión y socialización política de escolares en la zona metropolitana de Guadalajara. Tesis de doctorado en Ciencias Sociales, Universidad de Guadalajara, México.

Leetoy, S. (1998) Percepción, consumo y apropiación de los dibujos animados extranjeros de la barra infantil de canal 5 entre niños de 8 a 10 años de la ciudad de Zacatecas. El caso de Dragon Ball Z. Tesis de Maestría. Instituto Tecnológico de Monterrey, México. Lozano, C. (1996) Oferta y recepción de televisión extranjera en México. Comunicación y Sociedad, 25/26 pp. DECS, Universidad de Guadalajara, México.

___ (2000) Consumo y lecturas negociadas de noticieros televisivos en Monterrey, Guadalajara y México, D.F. Artículo aprobado para publicarse en Oficios Terrestres Universidad Nacional de la Plata.

___ (2001^a) Distanciamiento crítico frente a la televisión nacional en México, Guadalajara y Monterrey. Ponencia presentada en la III Bienal Iberoamericana de Comunicación: Globalización, tecnología y culturas, Universidad de las Américas-Puebla, Cholula, Puebla.

___ (2001b). El género y el nivel socioeconómico como mediaciones en el consumo de noticieros televisivos en México. Zer, 9, Universidad del país Vasco.

Lull, J. (1992) La estructuración de las audiencias masivas. Diálogos de la Comunicación, 32 pp.50- 57 FELAFACS, Lima, Perú.

Malagamba, A. (1986) La televisión y su impacto en la población infantil en Tijuana, COLEF, México.

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

Mata, M. (2001). Interrogaciones sobre el público. En Vassallo, M. y Fuentes, R. (comps.) Comunicación. Campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas. ITESO, UAA, U. de C., U. de G., México.

Maya, C. y Silva M. (1987). Los medios de comunicación y los estudiantes de educación básica del Distrito Federal. En Rebeil y Montoya (comps.), AMIC/Universidad de Colima, México.

Morley, D. (1986) Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure, Routledge, Great Britain.

Navarro, A. (2004) La interacción entre las familias y la televisión. Un estudio en Aguascalientes. UAA, México.

Orozco, G. (1988) Commercial TV and children education in México; the interaction of socializing institutions in the production of learning. Tesis doctoral, Harvard, Graduate School of Education. Cambridge, EUA.

___ (1991) Recepción Televisiva: Tres aproximaciones y una razón para su estudio, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, 2. Universidad Iberoamericana, México.

___ (1992). El niño como aprendiz y televidente en los estudios de audiencia en México (1968-1990). En Fuentes, R. et alt. La investigación de la comunicación en México: Tendencias y perspectivas para los noventa. Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, 3, pp. 91-111, Universidad Iberoamericana, México.

___ (1994). Recepción televisiva y mediaciones. La construcción de estrategias por la audiencia. Televidencia. Perspectivas para el Análisis de los Procesos de Recepción Televisiva, Cuadernos de Comunicación y Prácticas sociales, no. 6, pp. 69-88 Universidad Iberoamericana, México.

___ (1996). Hay que hacer algo, pero no somos los indicados. Ámbitos de mediación y supertemas en la televidencia de las noticias. Comunicación y sociedad, 27 pp. 111-140, DECS, Universidad de Guadalajara, México.

___ (1998). Mexican mediations in TV news reception. En Jensen, K. (coord.) News of the world: World cultures look at television news, pp. 126-143, Routledge, Londres.

___ (2000^a). Televidencias, una perspectiva epistemológica para el análisis de las interacciones con la televisión. En Orozco, G. (coord.) Lo Viejo y lo Nuevo. Investigar la Comunicación en el Siglo XXI. pp. 109-120, Ediciones de la Torre, Madrid.

___ (2000b). Travesías y desafíos de la investigación de la recepción en América Latina. Comunicación y sociedad, 38 pp. 11-36, DECS, Universidad de Guadalajara, México.

___ (2001) Televisión, audiencias y educación. Grupo editorial Norma, Buenos Aires.

___ (2004). De un modo de investigar a una moda, y de ahí a muchos modos. In Texto www.intexto.ufrgs. Universidad de Rio Grande del Sur, Porto alegre, Brasil.

___ y Padilla, R. (2001) Enfrentando la diversidad. Estudios de recepción televisiva en México. En Lombardo, I (Coord.) La Comunicación en la Sociedad Mexicana. Reflexiones Temáticas, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, AMIC, México.

Padilla, R. (2004) Relatos de Telenovelas. Vida, Conflictos e Identidades, U. de G./UAA, México.

Pérez, M. (1997) Interpretación de un episodio de "Los Simpson" en seis grupos de región montañosa. Un estudio de recepción. Tesis de Maestría. Instituto Tecnológico de Monterrey, Monterrey, México.

Piccini, M. (1993). La sociedad de los espectadores. Versión, 3 UAM, México.

Rebeil, M. y Montoya, A. (comp.) (1987) La Televisión y desnacionalización, Universidad de Colima/AMIC, Colima.

Renero, M. (1995) 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, 24 127-153. DECS, Universidad de Guadalajara, México.

___, (1996) La diversión televisiva y el moderado placer de cada día. Jóvenes, televisión y tiempo libre. Comunicación y Sociedad, 28 pp. 115-146, DECS, Universidad de Guadalajara, México.

___, (1997) La influencia de la juventud es algo más que una ideología. Aproximación cualitativa a las comunidades de significación familiar. Comunicación y Sociedad, 29 pp. 93 - 118, DECS, Universidad de Guadalajara, México.

___, (2000) Contar la propia vida a un extraño(a): acercamiento crítico a la etnografía de las audiencias desde la investigación de los talk shows. En Orozco, G. (Coord.) Lo Viejo y lo Nuevo. Investigar la Comunicación en el Siglo XXI, pp.121-138 Ediciones de la Torre, Madrid.

___, (2002) La vida privada como espectáculo público. El género talkshow en la televisión mexicana. Tesis de doctorado. Universidad de Guadalajara, México.

Robles, I. Y. (2003). Mensajes televisivos y discurso infantil sobre desigualdades sociales en dos grupos sociales de la zona metropolitana de Guadalajara. Tesis de maestría. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Universidad de Guadalajara, México.

Rota, J. (1982) Mexican children's use of mass media as a source of need gratification. Manuscrito. UNAM, México.

___y Tremmel B. (1989) Television use and culture identity. Ponencia presentada en la reunión anual de la ICA en San Francisco, Estados Unidos.

Saintout, F. (1998). La perspectiva de la recepción de los medios masivos en la revista Comunicación y Sociedad. Comunicación y sociedad, 32 pp.201-226 DECS, Universidad de Guadalajara, México.

Sánchez, E. (1989). El niño jalisciense y la publicidad televisiva (o dime que comes y te diré que canal ves. En Sánchez, E. (comp.) Teleadicción infantil: ¿Mito o realidad, pp.27-52, Universidad de Guadalajara, México.

Sánchez, E. (2000). Industrias culturales y globalización. Un enfoque histórico estructural. En Orozco, G. (coord.) Lo Viejo y lo Nuevo. Investigar la Comunicación en el Siglo XXI, pp.51-76, Ediciones de la Torre, Madrid.

Thompson, J. (1998) Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación, Paidós, Barcelona.

Torres, Patricia (2004) Del sujeto a la pantalla. El cine mexicano y su audiencia en Guadalajara. Tesis de doctorado en Ciencias Sociales. CIESAS OCCIDENTE, Guadalajara, México.

Tufte, T. (1993). Everyday Life, Women and Telenovelas in Brasil. En Fadul, A. (comp.) Serial Fiction in TV, The Latin American Telenovelas, pp. 77-101, Universidad de Sao Paulo, Sao Paulo.

Winocur, Rosalia (2002) Ciudadanos mediáticos. La construcción del público en la radio. Gedisa, Barcelona.

Yarto, C. (1999) Hábitos de consumo y preferencias programáticas de Tv de mujeres de Monterrey, Guadalajara y México, D.F. Tesis de Maestría. Instituto Tecnológico de Monterrey, México.