

Los Estudios de Recepción en América Latina: perspectivas teórico-metodológicas

Autoría



Denise Cogo

Profesora titular del Programa de Posgrado en Ciencias de la Comunicación – maestría y doctorado - de la Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), en São Leopoldo, Rio Grande do Sul, Brasil, donde coordina el grupo de investigación Mídia e Multiculturalismo.

Sumario

Abstract

1. Génesis de una presencia
2. Teorías e idearios: (re) visitando algunos marcos conceptuales
 - 2.1. Recepción mediática, consumo y ciudadanía
 - 2.2. Mediaciones y mediatización
3. Itinerarios metodológicos de la investigación en recepción en América Latina
 - 3.1. Experimentación multi y trans-metodológica en las investigaciones sobre recepción
4. Interrogantes y perspectivas en torno de la investigación en recepción en América Latina
 - 4.1. (Re) configuración de la nación y de las identidades nacionales, y su influencia en el modo de investigar la recepción
 - 4.2. Reordenación tecnológica e intersecciones entre producción y recepción
 - 4.3. Heterogeneidad de escenarios y transformaciones en la familia como universo de recepción
 - 4.4. Los movimientos sociales y la ciudadanía: estudios de recepción en tiempos de redes
 - 4.5. Memoria e imaginario, y sus repercusiones en las metodologías aplicadas en la recepción
 - 4.6. La educación para la ciudadanía comunicativa como perspectiva aplicada de los estudios de recepción
5. Investigación en recepción y compromiso político con la comunicación en América Latina
6. Bibliografía relacionada

ABSTRACT



Son dos los factores que explican cómo y por qué los Estudios de Recepción se han convertido en América Latina en una corriente teórica con entidad propia. Por un lado, la necesidad de aportar un trabajo científico que ayude a entender mejor un contexto como el Latinoamericano, caracterizado por la desigualdad económica, por los difíciles procesos democráticos y por un fuerte activismo social y político y, por otro, el marcado espíritu crítico (y autocrítico) de los investigadores, para los que el esquema emisor-mensaje-receptor no es más que un corsé que no ayuda a ver la verdadera naturaleza del proceso comunicativo. En esta lección, se recoge la trayectoria de esta perspectiva teórica desde su nacimiento –los primeros antecedentes se encuentran en la década de los 60 del siglo XX- hasta el momento actual, en el que aparecen nuevos retos tanto teóricos como metodológicos.

1. GÉNESIS DE UNA PRESENCIA

Me presentaron por primera vez a Jesús Martín-Barbero en 1991 durante mi primer año como estudiante de Máster en la Escuela de Comunicación y Artes, de la Universidad de Sao Paulo (ECA-USP). Le debatí algunos de sus artículos y, especialmente, la versión en castellano de su primera obra - De los medios a las mediaciones -, publicada en 1987 por la editorial Gustavo Gili. Los textos habían sido incluidos en la bibliografía de un seminario sobre estudios comunicacionales latinoamericanos y puestos a disposición de los alumnos mediante fotocopias. [1]

A finales de ese mismo año pude reencontrarme con Martín-Barbero; esta vez presencialmente como integrante del público que asistía a un seminario académico organizado por USP sobre Estudios de Recepción en América Latina [2]. Compartí ese seminario con profesores y estudiantes que, como yo, se alineaban al pensamiento del autor y, principalmente, se definían como investigadores vinculados a la perspectiva de lo que vendría a ser conocido más tarde como Estudios Culturales latinoamericanos, vertiente en la que

actualmente aparecen situados los llamados estudios de audiencia o estudios de recepción [3]. En mi caso, la comunicación de los movimientos sociales brasileños, más concretamente la producción y recepción de las radios comunitarias de alto-parlantes (COGO, 1998), fue lo que me llevó a esos primeros (re)encuentros con el pensamiento de Jesús Martín-Barbero y posteriormente a una vinculación con los Estudios Culturales latinoamericanos y su vertiente de investigación enfocada hacia la recepción.

Es una época marcada por una escasa oferta de Maestrías universitarias y de Doctorados en comunicación en Brasil [4], y por una formación de los investigadores brasileños en universidades extranjeras, centrada esencialmente en las teorías surgidas a partir de la sociología funcionalista norteamericana y de la semiología francesa. Los Estudios Culturales encuentran, en este contexto, una buena acogida entre los estudiosos que tenían como objeto de análisis las prácticas de comunicación alternativa y popular de los movimientos sociales y que estaban preocupados por los procesos de democratización de los medios de comunicación en América Latina. Son también estos académicos, y desde la universidad, quienes se empeñan en mantener un compromiso político y social a través de la investigación aplicada. De ahí surgieron proyectos como el de "Leitura Crítica da Comunicação", de la União Cristã Brasileira de Comunicação (UCBC). [5]

Convertida la comunicación alternativa y popular en objeto de estudio científico a causa de los propios, y recientes, procesos de democratización en muchos países latinoamericanos, las investigaciones pasan a recoger algunas de las principales inquietudes derivadas de las propuestas de Martín-Barbero que apuntaban hacia un alejamiento del llamado mediacentrismo y a la proposición de un pensamiento desde la comunicación, entendiendo la comunicación como proceso. Ante la falta de instrumentos para entender la complejidad de los procesos comunicativos latinoamericanos, esta apuesta lleva al autor a cambiar el sentido de la pregunta y pasa a proponer una investigación que toma como punto de partida la cultura, las mediaciones y los sujetos, a partir de la pluralidad de prácticas comunicativas y de matrices culturales que conforman los movimientos sociales.

En muchos de los contextos académicos de América Latina ya había surgido, en los años 60 y 70, un tipo de reflexión sobre la comunicación que podía ser reconocida como específicamente latinoamericana, en la medida en que las condiciones estructurales de desigualdad que caracterizaban el desarrollo del continente comenzaban a ser consideradas e incorporadas al análisis de los medios [6]. Junto a investigadores como María Cristina Mata, Rosa María Alfaro, Luis Ramiro Beltrán, Mario Kaplún y Néstor García Canclini, Jesús Martín-Barbero ofrece un conjunto de reflexiones que sirvieron para dar continuidad o para consolidar, y en algunos casos también para abrir caminos, hacia la legitimidad de un pensamiento científico latinoamericano autónomo y comprometido políticamente con la perspectiva de contribuir a la transformación de los desiguales sistemas comunicacionales y mediáticos en vigor en América Latina. [7]

Entre los investigadores en comunicación alternativa y popular, estas ideas ayudan también a fortalecer iniciativas metodológicas experimentales a partir de la modalidad de ciencia participativa, como la investigación participante, la investigación-acción o la investigación militante en diferentes contextos latinoamericanos [8]. Era un ambiente que, en realidad, ya favorecía la apropiación crítica de lo que Martín-Barbero defendía como modos de abordaje teórico y metodológico que atienden a las especificidades de los procesos históricos latinoamericanos y que, al mismo tiempo, permiten superar, o por lo menos atenuar, los desencuentros entre la ciencia y el mundo vivido. El autor nos instaba a un tipo de compromiso político como productores de conocimiento científico que, generado a partir de las realidades socio-comunicativas concretas, fuera capaz de incidir, intervenir y alterar las lógicas de desigualdad social dominantes en los países latinoamericanos. Pero, a pesar de estos matices, se trataba de un compromiso de construcción de ciencia desvinculado de la reproducción de viejos esquemas ideológicos, como los marxistas ortodoxos.

Más allá de la comunicación alternativa y popular, estas reflexiones de Martín-Barbero también inspiran investigaciones sobre recepción de medios de comunicación y les sirven a los investigadores para soslayar las limitaciones impuestas por los estudios sobre los efectos y por la teoría de los Usos y las Gratificaciones. En Brasil, a estas reflexiones, se suma a finales de la década de los 80 la publicación de los estudios que significaron el estreno de las ciencias de la comunicación y de la antropología en el área de la recepción mediática. En comunicación, destaca el trabajo de Carlos Eduardo Lins da Silva (1985) sobre la recepción por parte de los trabajadores del Jornal Nacional, el telediario de mayor audiencia en Brasil, producido y emitido por la Rede Globo. Y, en el ámbito de la antropología, sobresale la investigación de Ondina Fachel Leal (1986) sobre la recepción de la telenovela entre familias de diferentes estratos sociales. Ambos estudios tienen en común una preocupación que más tarde aparecerá en otras investigaciones latinoamericanas sobre recepción: la necesidad de comprender el universo de las clases populares y su interacción con los medios de comunicación, especialmente con la televisión.

Dos posicionamientos o modos de abordar, ambos inspirados en el marco teórico de los Estudios Culturales, marcan el desarrollo de los estudios sobre recepción en América Latina: (1) las investigaciones que intentan estudiar la recepción a partir de los procesos socioculturales y comunicacionales en los que no están necesariamente implicados los medios de comunicación y (2) las investigaciones que se centran en el análisis de la recepción de los medios de comunicación, en las prácticas de recepción mediática.

[1] De los medios a las mediaciones fue editado en Brasil en portugués en 1997.

[2] El seminario fue organizado por el grupo de investigación coordinado por Mauro Wilton de Sousa, profesor e investigador de ECA-USP, dando origen posteriormente a una de las primeras obras de referencia de los estudios de recepción latinoamericanos en Brasil. Véase SOUSA, 1994.

[3] Optamos por el término "estudios de recepción" y no "estudios de audiencia", atendiendo al hecho de que ésta es la denominación que se ha consolidado en Brasil y en la mayoría de los países latinoamericanos.

[4] Hasta el inicio de la década de los 90, había cinco Maestrías universitarias y Doctorados en el área de comunicación, concentrados en las regiones del sureste y centro-oeste de Brasil. En 2008 los cursos de postgrado en comunicación en sentido estricto – Maestrías universitarias y Doctorado – eran un total de 33, autorizados por CAPES (Comissão de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior), del Ministerio de Educación de Brasil.

[5] Otros proyectos similares en el ámbito de la educación en comunicación que se desarrollaron en América Latina en esa época fueron: PLAN DENI, en Uruguay; "Pedagogía de la Comunicación", en Costa Rica; y CENECA, en Chile.

[6] Para ampliar información, véase el trabajo de la investigadora brasileña Berger (2001).

[7] Desde el campo de la educación -y más concretamente de la educación en comunicación-, Paulo Freire se constituyó en esa época en una referencia en el área de los estudios sobre comunicación alternativa y popular. Véase Freire (1989) y Lima (1981).

[8] Acerca de la ciencia participativa, véase Cogo (2007b), Mata (1981) y Thiollent (1988).

2. TEORÍAS E IDEARIOS: (RE) VISITANDO ALGUNOS MARCOS CONCEPTUALES

La comunicación y la cultura, lo popular y lo masivo, asociados a otras dos perspectivas – sobre lo cotidiano y las mediaciones-, contribuyeron a la definición de algunos de los principales ejes conceptuales que constituyen la trayectoria de los estudios de recepción en América Latina. “La comunicación se convirtió en una cuestión de mediaciones más que de medios, en una cuestión de cultura y, por tanto, no sólo de conocimientos, sino de re-conocimiento” (Martín-Barbero, 1987) [9]. Esta frase sintetiza una de las principales premisas en torno de la cual se articulan las diferentes contribuciones de los autores latinoamericanos que, en el ámbito de los estudios de recepción, defienden pensar la comunicación en el marco del proceso de las culturas.

Sin olvidar los riesgos que se derivan de la polisemia del término cultura, autores como Néstor García Canclini, Jorge González y el propio Martín-Barbero tratan de dar énfasis a la cultura como un proceso plural, inestable, ambiguo, conflictivo y complejo que se desarrolla en lo cotidiano. Como alternativa para superar el enfoque que tiende a reducir la comunicación a canales, códigos, mensajes e información, estos autores coinciden en el entendimiento de la comunicación como modos de inserción en el medioambiente cultural a partir de elementos y valores ligados a la vida cotidiana.

La concepción de lo cotidiano como mera descripción de acciones y repetición de comportamientos da paso a una comprensión que conlleva el desarrollo de distintas dimensiones, como el inconsciente, el deseo o el placer. Lo cotidiano, por ser el lugar en que se dinamiza la cultura, es rutina, pero simultáneamente es un espacio que incluye el conflicto y, al mismo tiempo, la resistencia; un espacio que no sólo permite la reproducción sino también la producción. La propuesta habermasiana de un mundo de la vida como espacio capaz de potenciar lógicas alternativas a la razón instrumental y a la razón fatalista es asumida por Martín-Barbero como posibilidad concreta de producción, por parte de los sujetos, de una ética orientada por una acción comunicativa a partir del ejercicio de la ciudadanía en el ámbito de la cultura y en confrontación, muchas veces, con las lógicas y poderes del Estado y de las instituciones [10]. El cotidiano es el lugar en el que la política también asume otra configuración, dejando de ser entendida sólo en relación al macro-universo formal de las instituciones para pasar a ser comprendida también en el ámbito de los micro-contextos (barrio, casa, calle, etcétera).

Hay que preocuparse menos de cómo y qué se extingue, y más sobre cómo y qué se transforma. Esto es lo que defiende García Canclini, ofreciéndonos una nueva perspectiva sobre otras premisas fundamentales en esta articulación entre comunicación y cultura en el marco de los estudios de recepción: las inter-relaciones entre lo popular y lo masivo. Mediante el ejemplo de la reconfiguración de la artesanía mejicana cuando se convierte en producto turístico, el autor nos conduce a entender que, en la constitución de lo masivo, es central la presencia de lo popular y que, también en la realidad cotidiana de lo popular, las apropiaciones y usos de lo masivo son fundamentales. (García Canclini, 1982 y 1996)

La fuerte presencia de lo popular en la constitución de lo masivo se convierte en un aspecto dominante en la conformación de las sociedades contemporáneas; incluso, no puede ser reducido a lo que pasa “en” o “por” los medios de comunicación de masas. Las relaciones entre estas dos instancias –lo popular y lo masivo-, pero siempre distinguiendo una de otra, se definen por el flujo continuo de sentidos, valores y bienes culturales que se transforman en hegemónicos según van apareciendo actores y situaciones históricas, combinaciones de poder y de los medios de producción. [11]

El proceso de naturalización de lo popular, muchas veces, resulta difícil aprehenderlo cuando las tramas, los cruces, las ambigüedades y los conflictos se transforman en desafíos para su comprensión. La necesidad de buscar el valor de lo popular como representativo de lo sociocultural, y no por su belleza o autenticidad, es lo que lleva a Martín-Barbero a pensar lo popular por su capacidad de materializar y expresar la manera de vivir y de pensar de las clases subalternas, sus modos de sobrevivir, así como sus estrategias de selección y reorganización de los referentes de las culturas hegemónicas con el fin de integrarlos y fundirlos en su memoria histórica. (Martín-Barbero, 1987)

En el ámbito de las interrelaciones entre lo popular y lo masivo, puede reflexionarse sobre otro principio conceptual fundador de los estudios de recepción – el de hibridación o culturas híbridas-, desarrollado en una de las principales obras de Néstor García Canclini (1996). Un principio que atribuye otros contornos y (re)orienta el propio empleo de la noción de identidades culturales (o de heterogeneidad cultural), también primordial en las investigaciones latinoamericanas sobre recepción.

Entender la hibridación, conforme sugiere García Canclini (1996), supone romper con las tradicionales divisiones del mundo de la cultura (como lo tradicional, lo moderno, lo culto, lo popular, lo masivo,...), confirmando una visión más compleja sobre las relaciones entre tradición y modernidad. Si el rendir culto a lo tradicional no es debilitado por la industrialización de los bienes simbólicos, la cultura moderna, a su vez, es interpretada en los museos, en la política, en el mercado y, hoy en día, también se podrían agregar las tecnologías de la comunicación, que se entrelazan con las tradiciones populares en los procesos de hibridación.

Las culturas urbanas, las migraciones, los procesos simbólicos de los jóvenes y del mercado informal son apuntados por el autor como las principales dinámicas socioculturales que generan e incrementan los procesos de hibridación cultural. La noción de hibridación participa también de la conformación de la propia concepción de latinoamericanidad cuando es percibida como una experiencia cultural heterogénea en que confluyen contribuciones de países europeos del mediterráneo, de lo indígena americano, de las culturas asiáticas y, también, del resto de Europa. O, incluso, cuando esa latinoamericanidad es vista como una tarea inacabada que puede ser entendida desde las combinaciones de las experiencias transnacionales de las migraciones, de la producción cultural y de la deuda externa de los países latinoamericanos. (García Canclini, 2002)

Los excesos y riesgos del empleo de la noción de culturas híbridas han sido, a pesar de todo, objeto permanente de controversias y cuestionamientos entre los investigadores de América Latina especializados en la recepción. Las críticas se dirigen, por ejemplo, a la pretensión unificadora y a la indistinción analítica que buscan, en muchas ocasiones, con el uso del concepto de hibridación en el estudio de experiencias culturales diferenciadas y heterogéneas. Apuntan también hacia los riesgos de que su empleo pueda presuponer una fácil integración y fusión de las culturas, sin darse suficiente importancia a las contradicciones y asimetrías que atraviesan este tipo de procesos. Y, por último, están las que subrayan el hecho de que la utilización del concepto de hibridación en el análisis de la cultura puede dejar al margen, o no considerar suficientemente, aquellos procesos que no se dejan hibridar.

Al dialogar con estas críticas, el mismo García Canclini (2005) recuerda que uno de los principales aspectos que dificulta el poder

explicativo del concepto de culturas híbridas es el hecho de que su uso esté limitado, especialmente, a la descripción de las mezclas culturales. En esta perspectiva, propone que el estudio de los procesos de hibridación en América Latina sea ubicado en el marco de relaciones estructurales de causalidad y que sea dotado de capacidad hermenéutica para poder interpretar las relaciones de sentido que resultan de las mezclas culturales.

Próxima conceptualmente a la hibridación, el mestizaje es otra noción que aparece en Martín-Barbero, alejada de su sentido estrictamente racial y étnico, para colaborar en la comprensión del contexto de constitución de lo cultural latinoamericano. El autor postula que el mestizaje no es un elemento más de la historia de la formación de América Latina, sino una cuestión central que influye en la psicología, el lenguaje, los procesos de recepción, las formas de comunicación y los valores éticos. [12]

[9] Traducción propia.

[10] Sobre la perspectiva habermasiana en la obra de Martín-Barbero, pueden consultarse las reflexiones de Maldonado (1999).

[11] Estas relaciones abordadas por Martín-Barbero también aparecen tratadas en Maldonado (1999).

[12] Esa perspectiva conceptual de la obra de Martín-Barbero es retomada por Maldonado (1999).

2.1. RECEPCIÓN MEDIÁTICA, CONSUMO Y CIUDADANÍA

El conjunto de las premisas anteriores fundamenta igualmente los esfuerzos de los estudiosos de la recepción que intentan comprender cómo los medios de comunicación de masas llegan a convertirse en los grandes mediadores de las interacciones colectivas. O, incluso, de cómo los medios se transforman, de forma creciente, en espacios donde “no solamente se reproducen las ideologías, sino que también se hace y se rehace la cultura de las mayorías, no solamente se comercializan formatos sino que se recrean las narrativas en las cuales se entrelaza el imaginario mercantil con la memoria colectiva” (Martín-Barbero, 2005: 63) . [13]

Los estudios sobre recepción mediática pasan a desarrollarse en diferentes países de América Latina, intensificándose sobre todo a partir de finales de los años 80 y centrándose principalmente en la relación televisión y audiencia. Como premisa esencial de esta vertiente, está la percepción de que, aunque los procesos mediáticos intervienen básicamente en la conformación de las interacciones, memorias e imaginarios sociales, los individuos son sujetos activos en todo proceso de comunicación, capaces de conferir usos específicos a los contenidos (y sentidos) ofrecidos por los medios.

No hay garantía, por tanto, de que los sentidos apropiados por la recepción sean los mismos que proponen los productores de los medios de comunicación, ya que los receptores negocian permanentemente esos sentidos en base a sus experiencias y prácticas individuales y colectivas. En esta línea, la investigación en recepción ayuda también a revelar las contradicciones y conflictos en el seno de las industrias culturales y de las instituciones comunicativas “donde coexisten diversos proyectos que luchan por dominar y entran en conflicto” (Creel y Orozco, 1996: 208).

El consumo entendido como el conjunto de procesos socioculturales en que se realiza la apropiación y los usos de los productos mediáticos fue uno de los ejes conceptuales que guía las investigaciones de recepción que asumen como foco central los medios de comunicación [14]. El consumo, no sólo abordado únicamente en su dimensión de posesiones individuales de objetos o de reproducción de las fuerzas económicas, sino también, y principalmente, concebido como producción de sentidos y un espacio de lucha y acción social que forma parte de un conjunto de interacciones socioculturales complejas.

Alejado de una perspectiva reduccionista y siguiendo a García Canclini, el consumo aparece unido a la experiencia de la ciudadanía para investirse también de un carácter de distinción y de solidaridad, y conformar una dinámica de apropiación colectiva de bienes culturales y comunicacionales que pueden ser generadores de acciones políticas de ciudadanía. En la obra titulada Consumidores e cidadãos (2001), el autor enumera algunos requisitos de acción política como condición para que sea viable esa articulación del consumo con el ejercicio reflexivo de la ciudadanía.

Uno de los requisitos apunta, respecto a las necesidades de los consumidores, que éstos deben poder contar con una vasta y diversificada oferta de bienes y mensajes, representativos de la variedad internacional de los mercados, que sea de acceso fácil y equitativo para las mayorías. Otro requisito hace referencia al acceso a una información multidireccional y fiable, desde el punto de vista de la calidad de los productos y del ejercicio efectivo de su control por parte de los consumidores. Como tercera condición, García Canclini menciona la exigencia de la participación democrática de los principales sectores de la sociedad civil en las decisiones de orden material, simbólico, jurídico y político que envuelven el universo del consumo y que incluyen desde, por ejemplo, el control de la calidad de los alimentos hasta las concesiones de frecuencias de radio y televisión.

Este esfuerzo de García Canclini por articular consumo y ciudadanía fue especialmente polémico. Así quedó plasmado en la apropiación que hicieron de su obra Consumidores e cidadãos los investigadores latinoamericanos especializados en comunicación [15]. Hubo, por un lado, los que iniciaron un oportuno y productivo alejamiento de la perspectiva económica-reduccionista que dominaba los análisis culturales que, en el campo de los estudios comunicacionales, tendía a minusvalorar la actividad simbólica de los receptores o consumidores. Por otra parte, encontramos a aquellos críticos que preferían alertar de los riesgos de las apropiaciones excesivamente optimistas, ya que éstas podían diluir los conflictos y las relaciones desiguales que rodean las dinámicas de consumo en las sociedades contemporáneas. Posteriormente, el concepto alcanza nuevos perfiles, especialmente a partir del abordaje de la llamada ciudadanía comunicativa, una propuesta de la investigadora María Cristina Mata (2006) para una mejor comprensión de las dinámicas de democratización del acceso, gestión y participación en los procesos de apropiación y usos de los recursos comunicativos por parte de la sociedad. [16]

[13] Traducción propia.

[14] Es necesario recordar que la noción de consumo apenas ha sido considerada como centro de interés en los estudios sobre medios de comunicación. En cambio, sí aparece desarrollada de modo más amplio en investigaciones sobre producción cultural.

[15] Especialmente del capítulo titulado "O consumo serve para pensar" (pp. 76-94);

[16] Otro tratamiento interesante del vínculo entre los estudios de recepción mediática y los procesos de ciudadanía podemos encontrarlo en el trabajo del investigador brasileño Mauro Wilton de Sousa (2006).

2.2. MEDIACIONES Y MEDIATIZACIÓN

Los usos, o las lógicas (en plural) de los usos, es otra noción que, en el contexto de los Estudios Culturales latinoamericanos, permite distinguir la recepción mediática de la perspectiva de los usos y gratificaciones, (re)situando las interacciones comunicacionales de los receptores en el marco de la cultura y sin restringirlas a mensajes en circulación y a efectos-reacciones. Según sintetiza Martín-Barbero (1987: 240), se trata de pensar la recepción desde "los conflictos que articula la cultura, de los mestizajes que la tejen y de las anacronías que la sostienen, y en últimas del modo en que trabaja la hegemonía y las resistencias que moviliza, del rescate por tanto, de los modos de apropiación y réplica de las clases subalternas". En De los medios a las mediaciones, las lógicas de los usos aparecen estrechamente relacionadas con las lógicas de producción, en la medida en que el autor apunta la necesidad de incorporar el estudio de las instancias y dispositivos concretos que forman parte de la estructura y la dinámica de la producción televisiva.

Para articular producción y recepción mediáticas, el autor propone tomar como punto de partida las mediaciones, entendidas como los "los lugares de los que provenían las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de la televisión" (Martín-Barbero, 1987: 233). Aunque en esta formulación se privilegia la televisión como objeto de estudio, las mediaciones sistematizadas por este autor han sido utilizadas por los investigadores en recepción de América Latina tanto para la comprensión de las interacciones específicas con cada uno de los otros medios de comunicación como para el estudio de los procesos mediáticos y comunicacionales desde una perspectiva más general.

Una primera mediación – la cotidianidad familiar- hace referencia a la familia como unidad básica de audiencia y como uno de los espacios clave de interacción con la televisión. La cotidianidad permite el alejamiento de la concepción reproductivista que marca la reflexión sociológica sobre la familia, para rescatar a ésta como mediación social y lugar primordial de reconocimiento. [17] Como espacio de conflicto y poder, pero también –y principalmente- de afecto, reconocimiento y solidaridad, la familia se configura como instancia en que la televisión opera a partir de dos dispositivos: la simulación del contacto y la retórica del directo. [18]

Un segundo tipo de mediación propuesto por Martín-Barbero es la temporalidad social, definida como el tiempo ritual y rutinario en que la televisión forma parte y se inserta en el cotidiano –especialmente familiar- de los receptores, materializándose en una programación anclada en la rentabilidad y en el palimpsesto. Este último término es acuñado por el autor para evocar el entramado de géneros y tiempos que aparece en cada programa o texto televisivo. El género pasa a ser concebido como una estrategia de comunicabilidad que, desde una perspectiva cultural y no meramente literaria o clasificatoria, se sitúa entre la lógica del sistema productivo de televisión y las lógicas de los usos de las audiencias. Son básicamente las reglas del género las que configuran los formatos en que el reconocimiento cultural se apoya en el ámbito de la recepción. Fundamentadas en esa noción de género, es necesario destacar el desarrollo de una serie importante de investigaciones dedicadas a la recepción de la telenovela en América Latina. [19]

Además, la consideración del género estimula la aparición de una tercera mediación, la competencia cultural. De esta manera, Martín-Barbero incorpora la reflexión de que la pluralidad de las lógicas de los usos de la recepción no se agota en la clase social, exigiendo así la aproximación a otros conceptos, como el de habitus, de Bourdieu. Algunos estudiosos intentaron avanzar en la apropiación de la idea de habitus y probaron a considerarlo como un conjunto de esquemas más flexibles e híbridos, no definidos rígida y únicamente por la posición del agente en la estructura social, y posibles de ser alterados en la trayectoria de los individuos, especialmente a partir de los diferentes procesos de hibridación cultural. [20]

Como mediación, la competencia cultural de los grupos sociales procede no sólo de las modalidades de educación formal relacionadas con la clase social, sino que también deriva de sus experiencias socioculturales vinculadas a las etnias, a las culturas regionales, a los "dialectos" locales y a los distintos mestizajes urbanos. La propia experiencia con los medios de comunicación se convierte en instancias de desarrollo de competencias culturales específicas por parte de los receptores.

En el contexto latinoamericano, Guillermo Orozco Gómez se sumergió en el estudio de estas mediaciones planteadas por Martín-Barbero. El objetivo de Orozco es proporcionar una herramienta metodológica adecuada para su aplicación, a partir de sus trabajos empíricos –muchos de los cuales se enmarcan en proyectos de educación para la comunicación y tratan la televisión. Al igual que Martín-Barbero, Orozco entendió la mediación como una instancia cultural desde donde los receptores producen y se apropian del significado y sentido, acuñando el término de televidencia para referirse al complejo proceso de interacción entre la audiencia y la televisión. Las mediaciones no proceden únicamente de los medios, de los géneros de los programas o de los mensajes, sino de fuentes diversas –internas y externas, anteriores y posteriores al proceso de recepción-, así como de las experiencias individuales y colectivas de los sujetos integrantes de la audiencia. Como consecuencia de su propia trayectoria investigadora, Orozco llegó a formular (y re-formular) distintas tipologías de mediaciones en el marco de una noción más amplia que denominó mediaciones múltiples (Orozco Gómez, 1993).

Este autor plantea, en primer lugar, la mediación individual, aquella que emerge del individuo como sujeto cognitivo y emotivo y, al mismo tiempo, de sus experiencias como sujeto social inmerso en una cultura. Se incluyen aquí también las experiencias identitarias relacionadas con el género, la edad y la etnicidad, entre otras, que participan de los procesos de interacción de los televidentes con los medios de comunicación.

Por su parte, la mediación situacional es aquella que indica cómo se encuentra el receptor en el momento de la recepción de los mensajes: solo o acompañado, con la atención concentrada en la pantalla o realizando otras actividades paralelas, haciendo comentarios o cambiando constantemente de canal, etcétera. Todas esas situaciones condicionan el proceso de recepción, que puede ser más individual o colectivo, influyendo en la interacción de la audiencia con el medio televisivo. Siguiendo la perspectiva de la familia como principal contexto de recepción, Orozco constata, además, que la "política de la sala" puede convertirse en una importante mediación situacional, si se tienen en cuenta los valores y modelos familiares que pueden incidir en la interacción directa de los receptores con la televisión. Al mismo tiempo, las mediaciones situacionales pueden ser útiles para revelar al investigador las

estructuras de poder intrínsecas a las relaciones familiares que se materializan, por ejemplo, en las negociaciones y relaciones jerárquicas entre sus miembros cuando se han de escoger los programas de televisión a visionar.

La mediación institucional es la tercera propuesta. Ésta se deriva de los vínculos de los receptores con las diferentes instituciones sociales, como la familia, la escuela, el trabajo, el barrio, el partido político, el sindicato, la iglesia e, incluso, los propios medios de comunicación. Las mediaciones institucionales se constituyen en los escenarios donde se desarrollan los procesos de recepción y donde se dan las múltiples apropiaciones de la televisión, de manera simultánea o posterior al acto de recepción. Los valores y las normas institucionales concurren también en la definición de las pautas y modos de (re)apropiación de la programación televisiva por parte de los receptores.

La mediación video-tecnológica es la cuarta, y última, mediación. Ésta está relacionada con los mecanismos propios y específicos que la televisión usa, como medio electrónico que es, para construir sus textos y dirigirse a la audiencia. Asumiendo la perspectiva de Martín-Barbero, Orozco define los géneros televisivos como una de las principales estrategias culturales que, en el marco de esos mecanismos propios de la tecnología, propician una inscripción específica de la televisión en el universo de la recepción. El alto grado de verosimilitud y la capacidad de representación de la televisión como medio electrónico audiovisual refuerzan la eficacia de la mediación video-tecnológica.

La multiplicidad de fuentes de mediación presentes en el proceso de recepción, la posibilidad de darse distintas articulaciones y combinaciones entre ellas, así como la exigencia de proponer jerarquizaciones que establezcan el peso diferenciado de las mediaciones concretas, son algunos de los desafíos de la investigación en recepción que, en América Latina, ha asumido la tipología propuesta por Orozco. Conforme sintetiza el propio autor "a veces, un tipo de mediación o una combinación de ellas predomina. A veces, algunas mediaciones se refuerzan mutuamente, por ejemplo, cuando escuela y familia tienen mucho en común y participan de objetivos educativos similares, o cuando televisión y familia comparten percepciones del mundo y aspiraciones sociales" (Orozco, 1991: 55). [21]

Configurados por elementos históricos, sociales, políticos y culturales relacionados con el cotidiano de las culturas, los procesos de mediación precisan ser comprendidos, también, en estrecha unión con los procesos de mediatización, concebidos como artefactos y materialidades técnicas. [22] Para una comprensión crítica de la producción de sentidos en la recepción, esta articulación viene exigiendo a los investigadores un esfuerzo de apropiación y refinamiento de los conceptos mediatización y procesos mediáticos, entendidos éstos como aquellas dinámicas de transformación que intervienen en la conformación de las relaciones e interacciones sociales que resultan de la creciente y preponderante presencia de los medios de comunicación en la vida cotidiana. Se trata de la necesidad del reconocimiento y de la comprensión de que los medios operan, de forma creciente, como una racionalidad productora y organizadora de sentidos y, en consecuencia, como una instancia que configura la realidad social (Mata, 1999).

[17] Algunos ejemplos de investigaciones sobre la recepción centrada en el contexto familiar son: Barrios (1992), Guadarrama Rico (1998), y Jacks y Capparelli (2006).

[18] Sobre la simulación del contacto y la retórica del directo, véase Martín-Barbero (1987).

[19] Entre otros, González (1998), Bonin (2002), Lopes (2002), Marques (2004) y Fuenzalida (2007).

[20] Un ejemplo de este tipo de trabajos sobre la competencia cultural es el estudio sobre identidad étnica y recepción televisiva de la investigadora brasileña Jiani Bonin (2006a).

[21] Traducción propia.

[22] Para profundizar en esta perspectiva, véase Maldonado (2002).

3. ITINERARIOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN EN RECEPCIÓN EN AMÉRICA LATINA

Ver, "estar con" y escribir (Winkin, 1998) son los tres pilares de una combinación que la etnografía definió como principal planteamiento epistemológico y metodológico, legado por la antropología a los estudios de recepción. Como sensibilidad que exige la inmersión sistemática, la convivencia prolongada y la observación detallada en el propio terreno de la investigación, la etnografía es adoptada como método que posibilita captar, en el espacio y tiempo cotidianos de los sujetos receptores, sus interacciones con los medios de comunicación y, al mismo tiempo, elaborar una descripción densa de carácter interpretativo y reflexivo. Es lo que Martín-Barbero concibe como un "ver con la gente" en la perspectiva de capturar el momento de la recepción para poder identificar y confrontar las diversas modalidades de uso y las competencias culturales actividades en la rutina de los receptores.

Los estudios de recepción que trabajaron desde la perspectiva etnográfica se inscriben especialmente en el ámbito de la investigación cualitativa en comunicación, conduciendo a los investigadores a priorizar la observación, unida ésta a las narrativas y relatos de los sujetos receptores, lo que permite profundizar en la comprensión sobre las experiencias individuales y colectivas de consumo y uso de los medios de comunicación. En el marco de la historia oral, técnicas como la historia de vida, las entrevistas en profundidad –abierto o semidirigido- y el grupo de discusión o grupo focal componen los principales recursos empleados por los investigadores en recepción. [23]

Muchos de los estudios cualitativos sobre recepción pueden, además, estar precedidos de investigaciones exploratorias con la finalidad de hacer una aproximación preliminar a la realidad empírica a analizar. Este tipo de observaciones previas, con registros en diarios de campo y la aplicación de cuestionarios, permiten afinar el problema u objeto de estudio y aportan referencias concretas para determinar la composición y el tamaño de la muestra de sujetos a observar, así como para la elección y modos de aplicación de los métodos y técnicas de recogida de datos empíricos.

[23] Recordemos que eso no excluye el uso de técnicas de carácter cuantitativo y que también es posible la combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas.

3.1. EXPERIMENTACIÓN MULTI Y TRANS-METODOLÓGICA EN LAS INVESTIGACIONES SOBRE RECEPCIÓN

La utilización de procedimientos y técnicas heredados de las ciencias sociales abrió un importante camino hacia una mayor libertad para la creación, fusión y experimentación con otros tipos de herramientas metodológicas, adecuadas a las múltiples realidades que pueden darse en la interacción recepción y medios de comunicación en el contexto latinoamericano. [24]

La historia de la vida mediática, la historia de la vida familiar, los vídeo-forums y audio-forums, y también los diarios donde los receptores registran sus visitas a los websites de Internet, son algunas de las técnicas que van siendo experimentadas por los investigadores en la perspectiva, incluso, de atender las especificidades de la incorporación de las nuevas realidades comunicacionales y tecnológicas en el cotidiano latinoamericano, como es el caso de la introducción del ordenador. La etnografía virtual, la llamada netnografía, es otro ejemplo de una postura metodológica más amplia, que ha sido adoptada por los investigadores con vistas a capturar con mayor detalle y rigor el intercambio de papeles entre los productores y receptores, un fenómeno actualmente en expansión. (Hine, 2004 y Sá, 2002)

Derivada de esa privilegiada presencia de la etnografía en el campo de los estudios de recepción, el énfasis excesivo en una perspectiva culturalista es un aspecto crítico que ha movilizadado a los investigadores que advierten de los riesgos de dejarse conducir por una radicalización de la autonomía de la cultura en relación con los procesos sociales. Este hecho, unido a la dimensión micro que asumen los trabajos de recepción en América Latina [25], permite vislumbrar, desde una perspectiva metodológica, la necesidad de una presencia más efectiva de la economía política o, por lo menos, de la consideración de los contextos socio-políticos, culturales y económicos en las investigaciones latinoamericanas. Ahora bien, sin que ello suponga dejar de prestar atención a que la dimensión micro de los estudios culturales también es presentada como una forma de resistencia, o alternativa, frente a las meta-narraciones y a los marcos científicos totalizadores, en la medida en que han permitido capturar la diversidad y complejidad de las situaciones locales y particulares de la recepción.

Otro aspecto crítico relacionado con las estrategias metodológicas desarrolladas por los investigadores latinoamericanos especializados en recepción está relacionado con un cierto exceso y reiteración de las mediaciones como modelo aplicativo. Este hecho no propició la creatividad metodológica y, en consecuencia, estimuló poco el avance teórico y empírico durante las últimas décadas en América Latina.

Desde el punto de vista metodológico, algunos investigadores latinoamericanos han llamado la atención también sobre cierto agotamiento de los diseños metodológicos de las investigaciones en recepción, más concretamente de aquellas que se han centrado en constatar la capacidad interpretativa de las audiencias -mediante el "darles la palabra"- y celebrar así el poder de los receptores. Una infravaloración de las relaciones de poder y del carácter político de los procesos comunicacionales en las investigaciones latinoamericanas en recepción parece dificultar la producción de trabajos que partan de las demandas sociales concretas y que sean capaces de generar un conocimiento aplicado en el campo de la democratización de la comunicación en las sociedades. [26]

En el enfrentamiento con estas críticas, algunos estudiosos se han empeñado en formular y experimentar planteamientos metodológicos basados en la multidimensionalidad a través, por ejemplo, de la combinación de varias modalidades de métodos y técnicas de investigación cualitativa en el marco de la denominada estrategia multimetodológica. El uso de varias técnicas en un mismo proyecto permite relativizar algunas de las limitaciones que presentan de manera individual y establecer relaciones de complementariedad entre ellas. Además, este tipo de combinaciones propicia un análisis más detallado - desde distintas perspectivas- y es capaz de detectar las posibles ambigüedades y contradicciones de las realidades investigadas. [27]

Desde un punto de vista epistemológico y para la investigación en recepción, algunos estudiosos, como Maldonado (2002), han sugerido la transmetodología, concebida como un tipo de investigación crítica apoyada en la fundamentación teórica y la experimentación metodológica y capaz de potenciar la construcción de pensamientos y estrategias a partir de una convergencia transdisciplinaria. Según sintetiza Maldonado (2002: 13), un método mestizo que "mezcla cosmovisiones, sistemas, modelos, procedimientos, lógicas, operacionalizaciones, tecnologías, exploraciones, vivencias, experiencias y procesos de construcción de conocimiento concretos". [28]

La dimensión y la complejidad de los diseños de las investigaciones en recepción que exigen una inmersión prolongada durante el trabajo de campo y un tratamiento de una amplia profusión de datos empíricos requiere, también, de una inversión material y de recursos humanos que permita su realización, lo que no suele resultar fácil en el ámbito universitario, ni en otros contextos de desarrollo de investigación científica. La escasa presencia de una cultura investigadora empírica, crítica y aplicada, en el área de las ciencias humanas en América Latina exige un incremento de los recursos y, al mismo tiempo, una postura investigadora diferenciada por parte de los estudiosos que quieren centrarse en los estudios de recepción. Ello apunta hacia la necesidad de sustituir la producción individual del conocimiento, que caracteriza la cultura académica, por la construcción de ambientes cooperativos, materializados en grupos de investigación y en acciones específicas de aproximación entre ciencia y sociedad, con vistas a la aplicación de los conocimientos científicos producidos.

[24] No podemos dejar de mencionar las críticas, en el ámbito de los Estudios Culturales en América Latina, sobre la falta de rigor y la excesiva permisividad que se produjo en el transvase de la etnografía, procedente del campo de la antropología, hacia la comunicación.

[25] De hecho, ésta es una característica generalizada en el área de los estudios de recepción.

[26] Esta perspectiva se encuentra, especialmente, en algunos trabajos relacionados con la educación para la comunicación.

[27] Véase Bonin (2006a).

[28] Traducción propia.

4. INTERROGANTES Y PERSPECTIVAS EN TORNO DE LA INVESTIGACIÓN EN RECEPCIÓN EN AMÉRICA LATINA

En las últimas décadas el debate acerca de los límites y posibilidades de los estudios de recepción ha movilizó a los investigadores latinoamericanos, al aportar elementos prospectivos capaces de suscitar esfuerzos por asumir los estudios de recepción “más como un modo de muchos modos de investigar y menos como una moda”, según nos sugiere Orozco (2003) [29]. Las reconfiguraciones de la noción de recepción han aportado, y al mismo tiempo han provocado, nuevas indagaciones sobre las sociedades contemporáneas. A continuación, aparecen sistematizados brevemente algunos de esos escenarios prospectivos que vienen siendo dibujados en el marco de la trayectoria teórico-metodológica de la investigación en recepción, principalmente de la recepción mediática, en América Latina.

[29] Otro balance crítico puede encontrarse en Saintout (2006).

4.1. (Re) CONFIGURACIÓN DE LA NACIÓN Y DE LAS IDENTIDADES NACIONALES, Y SU INFLUENCIA EN EL MODO DE INVESTIGAR LA RECEPCIÓN

La intensificación de los procesos de transnacionalización en las últimas décadas nos invita a reflexionar sobre la incidencia del llamado nacionalismo metodológico en la investigación latinoamericana sobre recepción. Aunque lo nacional se mantiene todavía como una dimensión definidora de las prácticas sociales, si consideramos que éstas prácticas se vuelven cada vez más interdependientes y se desarrollan en una esfera transnacional como resultado de la propia expansión de las tecnologías de la comunicación, la producción del conocimiento científico ya no puede operar, ni anclarse, únicamente en un territorio delimitado como es el estado-nación. El autor alemán Ulrich Beck nos propone el cosmopolitismo metodológico como alternativa que permite producir conocimiento a partir de una mirada que contempla la intersección de los diferentes territorios materiales y simbólicos que conforman la experiencia humana: “La ciencia social es la empresa colectiva de una comunidad de investigación internacional” (Beck, 2005: 108).

4.2. REORDENACIÓN TECNOLÓGICA E INTERSECCIONES ENTRE PRODUCCIÓN Y RECEPCIÓN

Los procesos de estructuración, gestión, producción y circulación de las tecnologías de la comunicación se encuentran cada vez más interconectados y transnacionalizados, incidiendo fundamentalmente en las ofertas de consumo y modalidades de uso en la recepción. Merece la pena recordar que, de los propios estudios de recepción, heredamos la concepción de que el desarrollo de las tecnologías, y también de las competencias de los receptores, altera las experiencias y percepciones relacionadas con los medios de comunicación. Somos audiencias cada vez más transnacionales que, de modo creciente, nos exponemos más a flujos que a productos, que a géneros o programas; que nos encargamos de construir espacios híbridos de comunicación como resultado de la pertenencia a diferentes territorios físicos y simbólicos. Caracterizados por la pluralidad, fluidez y transitoriedad, esos territorios generan también competencias y patrones de acceso diferenciados y asimétricos en relación con la apropiación y el uso de las tecnologías de la comunicación en la actualidad.

Tecnologías como el ordenador y espacios comunicacionales como Internet nos obligan a plantearnos más seriamente la necesidad de superar el etapismo que reduce el proceso de comunicación al esquema de emisor-mensaje-receptor. Es uno de los retos pendientes de los estudios de recepción, cuyo logro significaría el poder abarcar el proceso comunicacional como un todo. La cada vez más difusa frontera entre emisores y receptores en los procesos productivos que emplean estas tecnologías nos exige la reivindicación de estrategias metodológicas que sean capaces de capturar lo que ocurre y que, al mismo tiempo, nos sirvan para definir la propia “recepción” y las interrelaciones que en ella pueden darse (la producción comunitaria de literatura en Internet; las modalidades de uso de los blogs y sites; Internet como espacio de uso, consumo, creación y compra-venta de música, etcétera).

En cierta manera, esos abordajes ya están siendo experimentados por los investigadores a través de, por ejemplo, la etnografía virtual o la netnografía, ya mencionadas anteriormente. Las posibilidades que ofrece la tecnología digital, como es el caso de la llamada “piratería”, no sólo supone una ampliación de la circulación de los productos, sino que también favorece, en gran medida, la experimentación en el ámbito de la producción y, en cierto sentido, también la democratización de la producción cultural y comunicacional, conformando nuevas modalidades y temporalidades de interacción en el marco de la recepción, que merecen ser estudiadas en relación con las propias lógicas contemporáneas de funcionamiento del mercado de producción cultural y con la ciudadanía comunicativa. [30]

Aunque siga siendo relevante, en el contexto de las “mayorías latinoamericanas”, la propia televisión se convirtió en una tecnología que pasó por reconfiguraciones profundas en los últimos años como consecuencia, entre otros aspectos, de la introducción de la televisión por cable, y de la TV digital y su integración en el ordenador. Ello también viene alterando substancialmente los modos y rutinas de recepción, e imponiendo pautas diferenciadas de comprensión a los investigadores.

[30] A modo de ejemplo, el periódico “Folha de São Paulo”(16/02/2008) informó que el filme brasileño Tropa de Elite, vencedor del Oso de Oro a la Mejor Película en el Festival de Berlín 2008, antes de ser estrenado en Brasil el 5 de octubre de 2007 ya era uno de los filmes más comentados en la historia del cine del país a causa del número inédito de copias piratas. Se estimaron un total de 11,5 millones de copias piratas vendidas. Fue la película brasileña más vista del 2007, cerrando el año con 1,9 millones de espectadores en salas de cine. [\[Disponible aquí\]](#). Acceso: 16/02/2008]

4.3. HETEROGENEIDAD DE ESCENARIOS Y TRANSFORMACIONES EN LA FAMILIA COMO UNIVERSO DE RECEPCIÓN

El universo doméstico y familiar, antes el espacio prioritario de recepción y de observación etnográfica de las audiencias, ahora sólo es uno más de los diversos escenarios de recepción. Ello obliga al investigador a detectar sus especificidades en lo que se refiere a las rutinas de consumo y uso diario de los medios que en ellos se generan. La necesidad de atender a los distintos ambientes de televidencia ya viene siendo introducida por los estudiosos de la recepción en América Latina en la perspectiva de capturar los espacios de recepción televisiva que trascienden lo doméstico (como son los bares, las tiendas, los transportes públicos, etcétera), donde se rearticulan las relaciones entre lo público y lo privado [31]. Otro ejemplo son los trabajos que se vuelcan en el estudio de los llamados locutorios, telecentros o cibercafés. Todos ellos, lugares que se vienen consolidando como espacios transnacionales de apropiación de Internet y también como ambientes de interacción comunicacional, sobre todo entre los migrantes, extranjeros y turistas. [32]

Las propias transformaciones en la conformación de la familia como institución y como espacio de construcción de vínculos, afectos y sociabilidades, conducen a la incorporación en el debate del funcionamiento de los procesos de reestructuración de las lógicas familiares contemporáneas. Por un lado, esas transformaciones están relacionadas con los crecientes cambios en el modelo de familia, conviven ahora las familias tradicionales nucleares con las familias monoparentales (a cargo de un único integrante como el padre, la madre o el abuelo) y las formadas por homosexuales. Por otra parte, tales reconfiguraciones hacen referencia a las llamadas familias transnacionales que, como fruto de una localización territorial dispersa de sus miembros -consecuente, por ejemplo, de las migraciones-, vienen pidiendo a los integrantes de las familias la reconstrucción de vínculos y sentimientos de unidad. En este último caso, espacios comunicacionales como el creado por Internet ocupan un lugar fundamental como recurso para articular la dispersión, mantener, fortalecer y (re) crear los lazos afectivos, las interacciones en red y los sentimientos de pertenencia y unidad. Esas dos transformaciones exigen un desplazamiento de nuestras percepciones como investigadores, frecuentemente ancladas en una perspectiva occidental que trata la familia como sinónimo de hogar, de gestión y de participación en la vida diaria a partir de la convivencia en un espacio doméstico común. [33]

[31] Alejandro Grimson (Argentina) y Fabrício Silveira (Brasil) son dos investigadores que se han dedicado a desarrollar estudios desde esta perspectiva. Véase Grimson y Varela (1999), y Silveira (2004).

[32] Véase Cogo et al(2008).

[33] Sobre familia transnacional, véase Byceson y Vuorela (2002).

4.4. LOS MOVIMIENTOS SOCIALES Y LA CIUDADANÍA: ESTUDIOS DE RECEPCIÓN EN TIEMPOS DE REDES

Otros dos ejes centrales en las teorías de la recepción latinoamericanas –los movimientos sociales y la ciudadanía- asumen configuraciones, también diferenciadas, a partir de esas reordenaciones de los escenarios de producción y recepción mediáticos. En el marco de las movilizaciones sociales, ¿cómo distinguir el consumo reflexivo, “lo que sirve para pensar”, en un tiempo marcado por las interconexiones en red? En el ámbito del llamado activismo global, ¿cómo se configuran las nuevas acciones políticas, organizadas a pesar de la dispersión geográfica de los actores, como son, por ejemplo, las convocatorias relámpago a través de Internet? En el área de la producción cultural y frente al incremento de la piratería, ¿cómo se reconceptualiza la autoría cuando la creación y la reproducción son a gran escala? ¿Cómo están adquiriendo los sujetos-receptores competencias individuales y colectivas que les permitan apropiarse de esas tecnologías y constituir así espacios de intervención o interacción ciudadanas?

Las modalidades de ciudadanía intercultural, cosmopolita y comunicativa adquieren especial relevancia a la hora de pensar estas cuestiones (Cogo, 2007 y Mata, 2006), del mismo modo que también sigue vigente el desafío de asumir el sujeto y la cultura como puntos de partida para la comprensión de los procesos comunicacionales, que no pueden ser reducidos a la mera materialidad tecnológica. Esas nuevas dinámicas implican igualmente el que los estudios de recepción en América Latina no puedan perder de vista la premisa de que el consumo sigue marcado por múltiples temporalidades como fruto de las condiciones específicas del desarrollo de la modernidad latinoamericana. Con esto, nos referimos tanto a la coexistencia y complementariedad de los usos de las tecnologías de la comunicación como a las diferencias materiales y temporales en el acceso, las apropiaciones y las competencias para esos usos.

4.5. MEMORIA E IMAGINARIO, Y SUS REPERCUSIONES EN LAS METODOLOGÍAS APLICADAS EN LA RECEPCIÓN

Como dos dimensiones interrelacionadas en el marco de la interacción medios de comunicación/recepción, la memoria y el imaginario interesan, sobre todo, por las repercusiones que tienen en los procesos metodológicos aplicados en el estudio de la recepción. A partir de estas dos nociones, los teóricos de América Latina buscan entender cómo los medios se convierten en escenarios cotidianos de reconocimiento social en la medida en que se encargan de construir, expresar, ofrecer y seleccionar imaginarios sociales relacionados a modos de ser, a expectativas, a deseos, a temores, a esperanzas que aparecen (re)construidos por la memoria. Un ejemplo son los imaginarios de modernidad y progreso asociados a Europa y a lo europeo que se desarrollan y (re)actualizan permanentemente en la historia latinoamericana y que aparecen discutidos en investigaciones sobre recepción realizadas en ambos contextos [34]. En lo que se refiere a la memoria, las peculiaridades temporales y espaciales, en las que convergen tanto los procesos mediáticos como las dinámicas sociales en el ámbito transnacional, concurren de forma decisiva para producir procesos específicos de selección y fijación en la memoria de imaginarios construidos por los medios de comunicación.

El empleo de las entrevistas e historias de vida por parte de los estudiosos de la recepción ha ayudado a evidenciar la dificultad –en mayor o menor medida- de algunos entrevistados a la hora de recordar detalles, como el nombre de la emisora o el título del programa televisivo, o aspectos relacionados con el contenido, como, por ejemplo, de productos mediáticos consumidos que traten

sobre un tema determinado. Las mismas dificultades aparecen para localizar la procedencia de determinados textos o productos mediáticos que son consumidos, sobre todo la de aquellos a los que se accede vía Internet. También asume relevancia el problema que tienen muchos receptores a la hora de distinguir las memorias capturadas a partir del consumo mediático de aquellas que no forman parte de este contexto, como consecuencia de la propia interrelación que se produce entre ambas instancias comunicacionales –mediática y no mediática- en la conformación de los imaginarios sociales en su cotidiano. [35]

[34] Un ejemplo de análisis de esa (re)actualización puede encontrarse en la investigación sobre medios de comunicación y migraciones transnacionales de latino-americanos y europeos en Cogo, Gutiérrez y Huertas Bailén (2008).

[35] Sobre memoria y recepción, destacan los estudios de Bonin (2004 y 2006b). La perspectiva está presente también en el estudio mencionado anteriormente de Cogo, Gutiérrez y Huertas Bailén (2008).

4.6. LA EDUCACIÓN PARA LA CIUDADANÍA COMUNICATIVA COMO PERSPECTIVA APLICADA DE LOS ESTUDIOS DE RECEPCIÓN

La ampliación de la agenda de trabajo de los proyectos de educación relacionados con los medios de comunicación, lo que se denomina educación para la comunicación, sería la última perspectiva que también invita a nuevas incursiones críticas y creativas en el ámbito de la investigación en recepción en América Latina. Desde hace más o menos unas tres décadas, esos proyectos vienen constituyéndose en espacios concretos de reflexión y formación ciudadana en torno a los procesos comunicacionales y mediáticos, revelándose el desarrollo de propuestas de ciudadanía comunicativa en contextos socioeducativos (de carácter formal y no formal) en América Latina. Por tanto, educación y ciudadanía pueden ser reconocidos, desde esta vertiente, como las principales instancias capaces de propiciar interlocuciones permanentes y que pueden alimentar la producción de un conocimiento científico compartido, inclusivo y aplicado en el campo de los estudios de recepción.

5. INVESTIGACIÓN EN RECEPCIÓN Y COMPROMISO POLÍTICO CON LA COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA

“Crítica, perpleja, de intervención, la investigación ya fue así en América Latina” [36]. Éste es el sugestivo título de un artículo de la investigadora brasileña Christa Berger (1999) que instiga a retomar lo que preocupa al conjunto de investigadores latinoamericanos especializados en la comunicación – y no únicamente a los que trabajan sobre la recepción- que se alinean al entendimiento legado por los teóricos de la recepción que hace referencia al carácter político y de aplicabilidad social del conocimiento científico.

Se trata de lo que podemos postular como una sensibilidad diferenciada capaz de construir estrategias de articulación entre ciencia y sociedad en consonancia con lo que el científico social portugués Boaventura de Sousa Santos (2004) denomina “ecología de saberes”. Esta noción es utilizada por Sousa Santos para definir la posibilidad de una reorientación solidaria en la relación entre universidad, como lugar de producción del conocimiento científico, y sociedad; y, al mismo tiempo, ofrece así una alternativa para rescatar la confianza epistemológica en la ciencia.

En el marco de los estudios comunicacionales latinoamericanos, resulta imprescindible superar, por un lado, el teorismo y la abstracción y, por otra parte, las denuncias desmovilizadoras que los marcan y marcaron. Éste es un requisito ineludible para el desarrollo una ciencia crítica, concreta y con capacidad para proponer que pueda orientar la (re)invención del carácter político y del compromiso social de los estudios de recepción en el contexto de América Latina. En un espacio como el latinoamericano, que todavía se caracteriza por las desigualdades sociales y la exclusión, parece imprescindible solicitar a las investigaciones ese alineamiento con el fin de que puedan contribuir efectivamente hacia la construcción de una comunicación ciudadana pautada por la democratización de los procesos y medios de comunicación.

Para lograr esa perspectiva y partir de los nuevos escenarios políticos, económicos, socioculturales y comunicativo-mediáticos discutidos anteriormente, se vuelve oportuno (re)situarnos en la recepción como ese lugar productivo y político para pensar la realidad latinoamericana a partir de las interrelaciones entre comunicación y cultura. Los avances en los procesos de democratización de la comunicación en las sociedades latinoamericanas, así como el largo camino investigativo ya trillado por los investigadores en recepción, continúa demandando lo que ya aportaron las reflexiones de Jesús Martín-Barbero en torno a la visión tan reducida que provoca el modelo emisor-mensaje-receptor sobre la comprensión de los procesos de comunicación en diferentes contextos latinoamericanos. O sea, la premisa de que la recepción no es una simple etapa del proceso, sino un nuevo lugar desde donde comprender los procesos de comunicación de manera integral. “Los estudios de recepción, al ser transformados en ‘modismos’, olvidaron también que la comunicación es un proceso, reduciendo el problema de la comunicación a la audiencia” (Berger, 2001: 269) [37]. Sigue siendo vigente, por tanto, la postura epistemológica expresada en el libro *De los medios a las mediaciones* cuando Martín-Barbero nos incita a avanzar tanteando prudentemente, acceder solamente con un mapa nocturno, con el objetivo de intentar averiguar las brechas, o el consumo, o el placer, advirtiendo, a partir de Laclau, que la historicidad de lo social es más profunda que aquello que nuestros instrumentos teóricos nos permiten pensar y nuestras estrategias políticas conducir.

[36] Traducción propia.

[37] Traducción propia.

6. BIBLIOGRAFÍA RELACIONADA

- ALFARO, Rosa María et al. (1990) *Cultura de masas y cultura popular en la radio peruana*. Lima: Calandria/Tarea.
- BARRIOS, Leoncio (1992) *Familia y televisión*. Caracas: Monte Ávila Editores.
- BECK, Ulrico (2005) *La mirada cosmopolita o la guerra es la paz*. Barcelona: Paidós.
- BELTRÁN, Luis Ramiro (1981) "Adeus a Aristóteles: comunicação horizontal", en: *Comunicação e Sociedade*. São Bernardo do Campo, nº 6, pp. 37-53.
- BERGER, Christa (2001) "A pesquisa em comunicação na América Latina", en: HOLFELDT, Antonio. MARTINO, Luiz C. FRANÇA, Vera Veiga (orgs). *Teorias da comunicação – conceitos, escolas e tendências*, Petrópolis: Vozes, pp. 241-277
- BERGER, Christa (1999) "Crítica, perplexa, de intervenção: a pesquisa já foi assim na América Latina", en: *Intexto*. Porto Alegre, nº 6, jul.-dez. Disponible en: Acceso en: 22 /01/2006.
- BONIN, Jiani (2007) "Mídia televisiva regional e identidade étnica: a RBS e as reconfigurações da identidade italiana na recepção", en: *Fronteiras – estudos midiáticos*. São Leopoldo, v. 9, nº 2, pp. 91-103. Disponible en: . Acceso en: 17/02/2008.
- BONIN, Jiani (2006a) "Identidade étnica e recepção televisiva: revisitando dados de uma pesquisa empírica", en: *Revista FAMECOS: mí-dia, cultura e tecnologia*. Porto Alegre v. 1, n. 28, pp. 45-54. Disponible en: . Acceso en: 17/02/2008.
- BONIN, Jiani (2006b) "Mídia e memórias: delineamentos para investigar palimpsestos midiáticos de memória étnica na recepção", en: *Fronteiras – estudos midiáticos*. São Leopoldo, v. 8, n. 3, pp. 133-143.
- BONIN, Jiani (2003) "Memória familiar e recepção de telenovela", en: *Ciberlegenda*, Rio de Janeiro, n.12, pp.1-17. Disponible en: . Acceso en: 19/04/2004.
- BONIN, Jiani (2002) "Identidade étnica e telenovela", en: *Ciberlegenda*. Rio de Janeiro, n.9, pp.1-25. Disponible en: Acceso en: 08 /02/2008.
- BRIGNOL, Liliane Dutra (2004) "Uma estância revisitada: a consolidação de uma comunidade imaginada e a dinâmica da produção aos usos em um site pessoal sobre cultura gaúcha", en: *Anais do XXVII Congresso da INTERCOM*. 2004. Disponible en: Acceso en: 17/02/2008.
- BYCESON, Deborah, VUORELA, Ulla (eds.) (2002) *The transnational family: new european frontiers and global Networks*. London: Berg Editions.
- CERTEAU, Michel de. (1994) *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes. (vol. 1)
- CHARLES CREEL, Mercedes y OROZCO GOMÉZ, Guillermo (1996) *El proceso de la recepción y la educación para los medios: una estrategia de investigación con público femenino*, en: APARICI, Roberto (coord.) *La revolución de los medios audiovisuales - educación y nuevas tecnologías*. Madrid: Ediciones de la Torre, pp. 203-222.
- CHARLES CREEL, Mercedes y OROZCO GÓMEZ, Guillermo (1990) *Educación para la recepción*. México: Trillas.
- COGO, Denise (2007a) "Migrações contemporâneas como movimentos sociais: uma análise desde as mídias como instância de emergência da cidadania dos migrantes", en: *Fronteiras – estudos midiáticos*. São Leopoldo. v. 9, n.1, pp. 63-73. Disponible en: Acceso en: 17/02/2008 .
- COGO, Denise (2007b). "Repensando a ciência participativa na Pesquisa em Comunicação", en: Raquel Paiva. (org.). *O retorno da comunidade - os novos caminhos do social*. Rio de Janeiro: Mauad, pp. 149-166.
- COGO, Denise (1998) *No ar...uma rádio comunitária*. São Paulo: Paulinas.
- COGO, Denise, GUTIERREZ, Maria, HUERTAS BAILÉN, Amparo (coords.) (2008). *Medios de comunicación y migraciones transnacionales – Relatos desde Barcelona y Porto Alegre*, Madrid: Catarata.
- COGO, Denise et al. (2008) "Medios de comunicación e integración ciudadana: la recepción mediática de inmigrantes en Barcelona y Porto Alegre", en: *Actas del Simpósio Internacional GEDIME - Nuevos Rectos del Transnacionalismo en estudio de las migraciones*. Barcelona: GEDIME_UAB. Disponible en: . Acceso en: 16/02/2008.
- COGO, Denise y DUARTE, Pedro David Russi (2006) "Migrações contemporâneas e diáspora: uma análise desde as interações comunicacionais e midiáticas de imigrantes uruguaios no sul do Brasil", en: *Unirevista*. São Leopoldo, v. 1, n. 3, pp. 1-17. Disponible en: < http://www.alaic.net/ponencias/UNIrev_Cogo_e_Russi.pdf> Acceso en: 17/02/2008.
- COGO, Denise y GOMES, Pedro (2001) *Televisão, escola e juventude*. Porto Alegre: Mediação.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina (2001) *Cartografias dos estudos culturais - uma versão latino-americana*. Belo Horizonte: Autêntica.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina y JACKS, Nilda (2005) *Comunicação e recepção*. São Paulo: Hackers.
- FISCHER, Rosa María Bueno (1984). *O mito na sala de jantar*. Porto Alegre: Movimento.
- FREIRE, Paulo (1989) *Educação como prática de liberdade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- FUENZALIDA, Valério (2007) "Reconceptualización de la entretención ficcional televisiva", en: *Fronteiras – estudos midiáticos*. São

Leopoldo, v. 9 n. 11, pp. 12-22 Disponible en:

FUENZALIDA, Valerio (ed.) (1986) Educación para la comunicación televisiva. Santiago: Ceneqa, Unesco.

FUENZALIDA, Valerio y HERMOSILLA, María Elena (1989) Visiones y ambiciones del televidente. Estudios de recepción televisiva. Santiago: Ceneqa/Unesco.

GALINDO CÁCERES, Jesús (coord.) (1998) Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. México: Pearson-Addison Wrsley Longman.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (2007) Lectores, espectadores e internautas. Barcelona: Gedisa.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (2003) "Noticias recientes sobre la hibridación", en Revista Transcultural de Musica. n. 7. Disponible en: . Acceso en: 07/08/2005.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (2002) Latinoamericanos buscando lugar en este siglo. Buenos Aires: Paidós.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (2001) Consumidores y ciudadanos - conflictos multiculturales de la globalización. Buenos Aires: Grijalbo.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (1999) La globalización imaginada. Buenos Aires: Paidós.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (1996) Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad. Mexico: Grijalbo.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (1982) Las culturas populares en el capitalismo. México: Nueva Imagen.

GOMES, Pedro y COGO, Denise (1998) O adolescente e a televisão. Porto Alegre, Unisinos/IEL.

GONZÁLEZ, Jorge (comp.) (1998) La cofradía de las emociones (in)terminables. Miradas sobre telenovelas en México. México: Universidad de Guadalajara.

GONZÁLEZ, Jorge. (1994) Más (+) Cultura (s). Ensayos sobre realidades plurales. México: Consejo Nacional para la cultura y las artes.

GRIMSON, Alejandro y VARELA, Mirta (1999) Audiencias, cultura y poder – estudios sobre televisión. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires.

GRISA, Jairo (2003) Histórias de ouvinte. A audiência popular no rádio. Itajaí: Univali.

GUADARRAMA RICO, Luis Alfonso (1998) Dinámica familiar y televisión. Un estudio sistemático. México: Universidad Autónoma de México.

HINE, Christine (2004) Etnografía virtual. Barcelona: Editorial UOC.

HUERTAS BAILÉN, Amparo (2002) La audiencia investigada. Barcelona: Gedisa.

JACKS, Nilda (1999) Querência – cultura regional como mediação simbólica: um estudo de recepção. Porto Alegre: Ed. da UFRGS.

JACKS, Nilda y CAPPARELLI, Sergio (coords) (2006) TV, família e identidade: Porto Alegre "fim de século". Porto Alegre: EDIPUCRS.

JACKS, Nilda; PIEDRAS, Elisa; VILELA, Rosário Sanchez (orgs.) (2006) O que sabemos sobre audiências? Estudos latino-americanos. Porto Alegre: Ed. Armazém Digital.

KAPLÚN, Mario (2002) Una pedagogía de la comunicación – el comunicador popular. La Habana: Editorial Caminos.

LACERDA, Juciano de.Sousa (2003) "Redes digitais e solidariedade social", en Anais do 26º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte-MG, setembro de 2003. São Paulo: Intercom, 2003. [cd-rom] Disponible en:

LEAL, Ondina Fachel (1986) A leitura social da novela das oito. Petrópolis: Vozes.

LIMA, Venício de Artur (1981) Comunicação e cultura: as idéias de Paulo Freire. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de et. al. (2002) Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo, Summus.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (1995) "Recepção dos meios, classes, poder e estrutura", en Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo, v. 12, n. 23, pp. 99-110, jun. 1995.

MALDONADO, A. Efendy (2006) Metodologias da pesquisa em comunicação – olhares, trilhas e processos. Porto Alegre: Sulina. pp. 134-155.

MALDONADO, A. Efendy (2002) "Produtos midiáticos, estratégias, recepção: a perspectiva transmetodológica", en Ciberlegenda. Rio de Janeiro, n. 9. Disponible en: Acceso en: 17/02/2008.

MALDONADO, A. Efendy. (2000) "Uma metodologia para a pesquisa das mediações", en MALDONADO G. DE LA TORRE, Alberto Efendy et al. Coletânea Mídias e Recepção 2000. São Leopoldo, Unisinos-Compós, pp. 119-137.

MALDONADO, A. Efendy (1999). "Da semiótica à teoria das mediações", en: MELO, José Marques, ROCHA, Paula Dias (org.). Comunicação, cultura, mediações. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo. pp. 113-132.

- MARQUES, Márcia Gomes. (2004) "Experimentando com os Programas. A Leitura Analítica na Recepção de Telenovelas", VII Congresso da Alaic. La Plata. Disponible en: Acceso en: 17/02/2008.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (2005) "Globalização comunicacional e transformação cultural", en: MORAES, Denise (org.). Por uma outra comunicação. Rio de Janeiro-São Paulo: Record, pp. 57-88.
- MARTIN-BARBERO, Jesús (2004) Ofício de cartógrafo. Travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Loyola.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús y MUÑOZ, Sonia. (coord.). (1992) Televisión y melodrama. Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- MARTIN-BARBERO, Jesús (1987) De los medios a las mediaciones. México: Gustavo Gilli.
- MATA, Maria Cristina (2006) "Comunicación y ciudadanía: problemas teórico-políticos de su articulación", en Fronteiras – estudos midiáticos. São Leopoldo, v. 8, n. 1. pp. 5-15.
- MATA, Maria Cristina (2001) "Interrogaciones sobre el público", en: LOPES, Maria Immacolata y FUENTES, Raúl (comps) (2001): Comunicación, campo y objeto de estudio. México: ITESO/Universidad Autónoma de Aguascalientes/Universidad de Colima/Universidad de Guadalajara, pp. 183-199.
- MATA, Maria Cristina (1999) "De la cultura masiva a la cultura mediática", en Diálogos de la Comunicación. Lima, n. 56, p. 80-90, out. 1999.
- MATA, Maria Cristina (1981) "Investigar lo alternativo", en Chasqui – Revista Latinoamericana de Comunicación. Quito, nº 1, pp. 72-74.
- MELO, José Marques y ROCHA, Paula Dias (org.) (1999) Comunicação, cultura, mediações. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, pp. 113-132.
- MORLEY, David (1997) "Ortodoxias teóricas: El textualismo, el constructivismo y la 'nueva etnografía' en los estudios culturales", en FERGUSON, M.; GOLDING, P. (Eds.) Economía política y estudios culturales. Barcelona: BOSCH, pp. 215-238.
- OROFINO, Maria Isabel Rodrigues (2005) Mídias e Mediação Escolar. Pedagogia dos meios, participação e visibilidade. São Paulo: Cortez.
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo (2003) "Los estudios de recepción: de un modo de investigar, a una moda, y de ahí a muchos modos", en InTexto. Porto Alegre, n. 9. Disponible en: www.intexto.ufrgs.br/n9/a-n9a6.html. Acceso en: 17/02/2008.
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo (2001) Travesías y desafíos de la investigación de la recepción en América Latina. Barcelona: Cátedra Unesco de Comunicación – Portal de la Comunicación, 2001. Disponible en: < http://www.portalcomunicacion.com/catunesco/cat/3/down/orozco/orozco_travesias.pdf> Acceso en: 24/07/2004.
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo (1996) Televisión y audiencias: un enfoque cualitativo. Madrid: Ediciones de la Torre.
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo (1993) "Dialéctica de la mediación televisiva – estructuración de estrategias de recepción por los televidentes", en Anàlisi. Barcelona, nº 15. pp. 31-44.
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo (comp.) (1992) Hablan los televidentes. Estudios de recepción en varios países. México: Universidad Iberoamericana (Cuadernos de comunicación y practicas sociales nº 4).
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo (1991) "La audiencia frente a la pantalla - una exploración del proceso de recepción televisiva", en Diálogos de la Comunicación. Lima: Felafacs, n. 30, pp. 55-63, jun. 1991.
- PAULINO, Roseli A. Fígaro (2001) Comunicação e trabalho. Estudo da recepção: o mundo do trabalho como mediação da comunicação. São Paulo: A. Garibaldi.
- RONSINI, Veneza Mayora (2007) Mercadores de sentido: consumo de mídia e identidades juvenis. Porto Alegre: Sulina.
- RONSINI, Veneza Mayora (2004) Entre a capela e a caixa de abelhas (identidade cultural de gringos e gaúchos). Porto Alegre: EDIPUCRS.
- SÁ, Simone (2002) "Netnografias nas redes digitais", en: José Luiz Aidar Prado. (org.). Crítica das práticas midiáticas - da sociedade de massa às ciberculturas. São Paulo: Hacker, v. 1, pp. 147-164.
- SAINTOUT, Florencia y Ferrante, Natalia (comp.) (2006) ¿Y la recepción? Balance crítico de los estudios sobre el público. Buenos Aires: La Crujía, pp. 15-30.
- SANTOS, Boaventura de Sousa (2004) A universidade no século XXI. Para um reforma democrática e emancipatória da universidade. São Paulo: Cortez.
- SILVA, Carlos Eduardo Lins da (1985) Muito além do Jardim Botânico: um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional entre trabalhadores. São Paulo: Summus.
- SILVEIRA, Fabrício (2004) "Sobre a naturalização da domesticidade televisiva. Uma problematização e um protocolo para a observação empírica", en Revista InTexto. Porto Alegre, v. 09, n. 09. Disponible en: Acceso en: 20/02/2008.

SOUSA, Mauro Wilton (2006) "Recepção midiática como linguagem de pertencimento: entre o comum e o público", en Anais do XV Encontro Nacional da Associação de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Bauru (SP), junho de 2006. Disponible en: Acceso en: 16/02/2008.

SOUSA, Mauro Wilton (org.) (1994) Sujeito, o lado oculto do receptor. São Paulo, Brasiliense.

THIOLLENT, Michel (1988) Metodologia da Pesquisa-Ação. São Paulo: Cortez.

URIBE, Ana (2004) "Receptores nómadas: confluencias entre recepción televisiva y migración trasnacional", en Intexto. Porto Alegre. v. 2, n. 11. Disponible en: . Acceso en: 16/02/2007.

WHITE, Robert (1998) "Tendências dos estudos de recepção", en Comunicação & Educação. São Paulo, n. 13, pp. 41-66, set./dez. 1998.

WINKIN, Yves (1998) A nova comunicação: da teoria ao trabalho de campo. Campinas: Papirus.

Original disponible en: http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?Ing=esp&id=48

PDF creado en: 05/05/2011 10:40:12

Portal de la Comunicación InCom-UAB: El portal de los estudios de comunicación, 2001-2011

Institut de la Comunicació (InCom-UAB)
Edificio N. Campus UAB. 08193 Cerdanyola del Vallès (Barcelona)
Tlf. (+34) 93.581.40.57 | Fax. (+34) 93.581.21.39 | portalcom@uab.cat

