

LA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA DE AUDIENCIAS TELEVISIVAS EN AMERICA LATINA DE 1992 A 2007



José Carlos Lozano

- Director del Centro de Investigación en Comunicación e Información (CINCO) y de la Cátedra en Medios de Comunicación (CIMECOM) del Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, México. Es Doctor en Comunicación por la Universidad de Texas en Austin y autor del libro Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas (Ed Pearson).
- Email: jclozano@itesm.mx



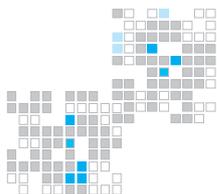
Lorena Frankenberg

- Investigadora asociada en la Cátedra de Investigación en Medios de Comunicación (CIMECOM) y alumna de la Especialidad en Comunicación y Estudios Culturales en el Doctorado en Estudios Humanísticos del Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, México. Obtuvo la Maestría en Humanidades por la Universidad de Monterrey.
- Email: lfrankenberg@intelcable.net



Carlos del Valle Rojas

- Doctor en Comunicación y Periodismo por la Universidad de Sevilla, España. Director y Académico del Departamento de Lenguas, Literatura y Comunicación y Director y Académico del Programa de Magíster en Ciencias de la Comunicación, en la Facultad de Educación y Humanidades, de la Universidad de La Frontera, Temuco-Chile.
- Email: delvalle@ufro.cl



RESUMEN

El artículo reporta los avances de una revisión documental de estudios empíricos de audiencias de televisión realizados en América Latina y publicados entre 1992 y 2007 en las principales revistas científicas del campo. El estudio revisa y analiza en más de 50 trabajos encontrados, la claridad conceptual, la explicitación de los marcos teóricos, la estrategia metodológica seguida, así como los principales autores mencionados en las referencias de dichos estudios. El artículo ofrece un primer diagnóstico sobre las fortalezas y debilidades de la investigación empírica de audiencias en América Latina. Subraya la necesidad de cuidar el rigor metodológico y de enfatizar en el análisis de lecturas ideológicas y su impacto en las audiencias.

PALABRAS CLAVE: AUDIENCIAS TELEVISIVAS; ESTUDIOS CULTURALES; RECEPCIÓN TELEVISIVA; INVESTIGACIÓN EMPÍRICA DE AUDIENCIAS.

ABSTRACT

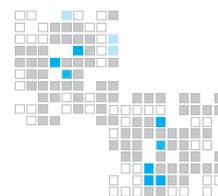
This paper registers the findings of a methodological review of 53 Latin American empirical studies on television reception published between 1992 and 2007 in the most relevant specialized journals. The analysis assesses the studies according to their theoretical approach, the research techniques adopted, their sample size, the type of audience studied, the type of television content researched and the scholars most often referred to. The paper closes with a diagnosis of the strengths and weaknesses of current Latin American empirical research on television audiences and points out the need for more methodological accuracy and more emphasis on the analysis of ideological readings and their impact on the audiences.

KEYWORDS: TELEVISION AUDIENCES; CULTURAL STUDIES; EMPIRICAL AUDIENCE RESEARCH.

RESUMO

Este artigo trata dos avanços de uma revisão documental de estudos empíricos de audiências televisivas na América Latina e publicados entre 1992 e 2007, nos principais periódicos do campo. O estudo revisa e analisa em mais de 50 trabalhos a clareza conceitual, os marcos teóricos, a estratégia metodológica adotada, assim como os principais autores mencionados nas referências destes estudos. Identificam-se as principais tendências, as lacunas e omissões nas investigações da recepção televisiva. Pode-se verificar a supremacia dos estudos culturais como perspectiva metodológica, a vida cotidiana e as mediações familiares como objetos de estudo e a falta de solidez nas estruturas metodológicas. Assim, este trabalho oferece um primeiro diagnóstico sobre os pontos fortes e fracos da investigação empírica de audiências na América Latina.

PALAVRAS-CHAVE: AUDIÊNCIA TELEVISIVA; ESTUDOS CULTURAIS; RECEPÇÃO TELEVISIVA; INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA DE AUDIÊNCIAS.



1. Introducción

El propósito principal de este artículo radica en explorar y valorar la investigación empírica de audiencias televisivas realizada en América Latina durante los últimos quince años. Nuestro estudio no pretende ser una réplica al trabajo de investigadores como McAnany y La Pastina (1994) que hicieron lo propio para la bibliografía sobre recepción de telenovelas latinoamericanas, pues incluye todos los géneros televisivos abordados en los estudios disponibles en revistas académicas de la región. Esto se ha hecho con el fin de ampliar la base de conocimiento que permita a los investigadores de la televisión en general y sus audiencias analizar la situación actual, plantear propuestas y generar sugerencias hacia el futuro. Se han examinado para este propósito los métodos empleados en las investigaciones, los marcos teóricos utilizados, la procedencia de los trabajos, los géneros estudiados y el conocimiento derivado.

2. Los estudios de recepción en América Latina

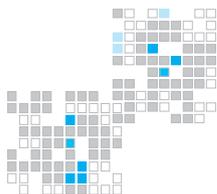
Anterior a la década de los noventa los estudios sobre comunicación en América Latina se enfocaban principalmente en el análisis crítico de los medios como instituciones, otorgándole muy poca atención a la investigación de audiencias. La concepción general de los investigadores se centraba en considerar al receptor como un ente pasivo ante el dominio y la hegemonía de las industrias culturales. Los estudios entonces se apoyaban en el análisis de la economía política o en el análisis de contenido. Estos planteamientos ignoraban casi por completo el estudio de los procesos de recepción y consumo en las audiencias latinoamericanas. En una sociedad dominada por el capitalismo, los teóricos de la dependencia asumían que comprobando la existencia de la transnacionalización en el proceso de producción y distribución, se presuponía la

transnacionalización de los procesos de recepción (Lozano, 1990/1991).

Ante este panorama, a partir de la segunda mitad de los años ochenta empezó a surgir una nueva perspectiva crítica interesada en los procesos de recepción y consumo de los productos culturales. Los trabajos de García-Canclini (1988), Martín Barbero (1987) y González (1987), apuntaban hacia nuevas consideraciones sobre el aspecto cultural y las mediaciones que utilizan los receptores para interpretar los significados comunicacionales.

Desde la década de los noventa, los trabajos inscritos en la nueva perspectiva reflejan esta concepción de audiencias activas que ya era común en enfoques críticos de otras partes del mundo desde fines de los setenta pero que por el auge de los paradigmas de la dependencia y del imperialismo cultural no se había extendido en esta región. Académicos en los diferentes países latinoamericanos empiezan entonces a generar conocimiento en esta línea siguiendo el liderazgo teórico de Martín Barbero, García Canclini, Orozco y González. Los resultados evidencian un movimiento de las comunidades académicas de distintos países en este sentido (Del Valle, 2004a, 2004b).

Expuesto así el panorama general sobre la investigación de audiencias televisivas en América Latina, se procede a mostrar el resultado del análisis de los 51 trabajos encontrados en este contexto en las revistas académicas más importantes de la región a partir de 1992. Las preguntas que guían esta investigación fueron las siguientes: a) ¿Cuál es la importancia y presencia de los estudios empíricos de recepción televisiva en comparación con otro tipo de trabajos publicados en las revistas seleccionadas?, b) ¿Son las telenovelas el principal objeto de estudio o la investigación en América Latina se ha diversificado a otros géneros televisivos?, c) ¿Qué enfoques teóricos y analíticos predominan al interpretar los hallazgos de estas



investigaciones?, d) ¿Qué tan detallada y rigurosa es la metodología empleada en estos estudios?

3. Método

El análisis comprende 53 trabajos publicados desde 1992 en revistas latinoamericanas de comunicación y ciencias afines. La revisión se realizó buscando los estudios inscritos en esta temática que estuvieran disponibles en las revistas especializadas más importantes de América Latina en su versión electrónica, y algunas en papel propiedad del CINCO (Centro de Investigación en Comunicación e Información) del Tecnológico de Monterrey.

La base de datos utilizada consta de 24 revistas que sumaron un total de 378 números revisados. Se buscaron los textos completos de los artículos en las bases de datos en línea *Redalyc* (Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal), *Revcom* (Revistas Eletrônicas de Ciências da Comunicação, de Brasil), la base de datos del *Centro de Documentación del CONEICC* en el ITESO, el portal *INFOAMERICA* y los sitios originales de las revistas *Diálogos de la Comunicación*, *Razón y Palabra*, *Global Media Journal en Español*, *ZER* y *Palabra-Clave*. En papel se consultaron todos los ejemplares de 1992 a la fecha de *Comunicación y Sociedad*, de México y el *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC*. De Chile 7 Revistas, entre las disponibles, según se precisa aquí: *Reflexiones Académicas*, *Faro*, *Re-presentaciones*, *Tercer Milenio*, *Légete*, *Cuadernos de Información y Comunicación* y *Medios* cuya búsqueda sólo arrojó dos hallazgos. De varias revistas, como las brasileñas, sólo se revisaron los números que estaban disponibles en el sitio *Revcom*, los cuáles en la mayoría de los casos eran muy pocos. Los hallazgos sobre este país, así, no pueden tomarse como una muestra representativa debido al significativo número de ediciones pendientes de analizar.

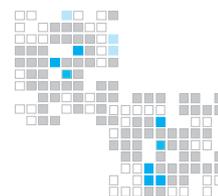
La limitación de esta muestra radica en la falta de acceso a algunas publicaciones académicas de los diversos países, así como la carencia del texto completo disponible en red. Debe considerarse que este trabajo está en proceso, ya que la búsqueda de las ediciones faltantes de cada revista seleccionada se sigue realizando. Asimismo, falta incluir otras revistas, sobre todo de países como Venezuela, Colombia, Perú, Argentina, Uruguay, etc., que no aparecían en ninguna de las bases de datos consultadas. Para ello, actualmente se está trabajando con un grupo de colegas en esos países para la segunda fase de esta investigación, la cual incluirá dichas publicaciones. De cualquier forma consideramos que las principales revistas han sido incluidas y que el número de estudios revisados alcanza a reflejar las principales tendencias en la investigación latinoamericana de audiencias televisivas publicadas en las revistas académicas de la región.

Es importante señalar que parte de la investigación empírica de audiencias televisivas se publica en libros, capítulos de libros y cuadernos de investigación que no se tomaron en cuenta en este estudio debido a la dificultad en identificarlos y consultarlos.

Cada uno de los 53 trabajos incluidos ha sido cuidadosamente analizado para alimentar una base de datos compuesta por campos en donde se especifica el nombre de la investigación, el autor, la publicación, el país de procedencia, el año, la técnica utilizada, el enfoque teórico así como los autores citados en la obra, la muestra, la claridad de las preguntas de investigación y la metodología expuesta. A partir de esa base de datos, se procedió a analizar cuantitativa y cualitativamente la información recabada.

4. Resultados

¿Cuál es la importancia y presencia de los estudios empíricos de recepción televisiva en comparación con otro tipo de trabajos publicados



en las revistas seleccionadas? La Tabla 1 muestra que solo el 14% de todos los artículos publicados en 378 números de las 24 revistas seleccionadas eran investigaciones empíricas de recepción televisiva. Si otros tipos de estudios de campo son incluso menos populares, como parece ser el caso, este hallazgo podría indicar un patrón en las revistas latinoamericanas de favorecer la publicación de ensayos teóricos sobre los trabajos empíricos. O quizás sólo refleje la situación actual de la academia latinoamericana de comunicación,

más propensa al trabajo teórico que al empírico por la falta de fondos y la escasa preparación de los investigadores para el trabajo de campo (Lozano, 2007). (Tabla 1)

4.1. De la telenovela a otros géneros televisivos
McAnany y La Pastina (1994) encontraron entre 1970 y 1993, 26 trabajos en revistas académicas, libros y tesis de posgrado que analizaban la recepción de telenovela. En la presente revisión, sólo 12 o el 23% de los 53 trabajos revisados, se concentraron específicamente en la revisión

Tabla 1 - Número de estudios empíricos de audiencias televisivas publicados en revistas académicas de América Latina entre 1992-2007 por título

Título	País	Período Revisado	# de ediciones revisadas	# de estudios empíricos encontrados sobre recepción televisiva	% de ediciones con estudios empíricos de recepción televisiva
Comunicación y Sociedad	México	92-07	34	14	41
Anuario de Inv. CONEICC	México	94-06	13	10	77
Diálogos de la Comunicación	Perú	92-07	42	5	12
Culturas Contemporáneas	México	92-06	27	4	15
Zer	España	96-07	21	4	19
Palabra-Clave	Colombia	96-01	16	3	19
Intercom	Brazil	00-07	14	2	14
Contemporánea	Brazil	03-06	5	2	40
Nombre Falso	Argentina	01-07	9	2	22
Razón y Palabra	México	96-07	58	1	2
FAMECOS	Brazil	01-07	20	1	5
Fronteiras	Brazil	04-07	9	1	11
Global Media Journal	México	04-07	7	1	14
Comunicação & Sociedade	Brazil	02-04	5	0	0
Contracampo	Brazil	02-03	2	0	0
Comunicación	C. Rica	00-06	11	0	0
Rev Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales	México	92-06	45	1	2
Reflexiones Académicas	Chile	99-02	4	1	25
Comunicación y Medios	Chile	93-06	7	1	14
Faro	Chile	05-07	5	0	0
Legeté	Chile	03-06	7	0	0
Re-Presentaciones	Chile	07	2	0	0
Cuadernos de Información	Chile	93-07	12	0	0
Tercer Milenio	Chile	06-07	3	0	0
Totall			378	53	14%

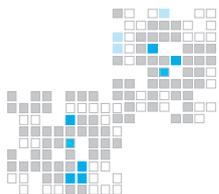


Tabla 2 - Porcentaje de estudios por género televisivo		
Género	f	%
Varios	29	54.7
Telenovelas	12	22.6
Noticias	8	15.0
Entretenimiento	1	1.8
Series	1	1.8
Ninguna	1	1.8
Reality shows	1	1.8
Total	53	100%

de este género (Tabla 2). Más de la mitad de los artículos revisan el consumo televisivo en general, algunos incluso estudiando varios géneros al mismo tiempo. Esto podría considerarse una tendencia de la investigación más reciente por tomar en cuenta distintos tipos de contenidos que consumen los diferentes tipos de audiencias, algunos preocupados por el origen geográfico de los programas preferidos, otros revisando la diversidad de contenidos preferidos por segmentos específicos de la audiencia como los jóvenes, e incluso otros más interesados en las mediaciones familiares en el proceso de ver televisión.

La recepción de noticias es un área de creciente interés particularmente en una región en la cual la investigación sobre periodismo se ha centrado en los contenidos de noticias o en los propios periodistas. El hecho de que 16% de todos los estudios revisados dediquen su análisis a la recepción de noticieros, revela la atención que este género está recibiendo por algunos académicos latinoamericanos. En contraste, géneros como series televisivas y *reality shows*, con importante cantidad de producciones e importaciones, son casi ignorados por los estudios dedicados a analizar el consumo.

4.2. La supremacía de los estudios culturales

Estudios culturales es, por mucho, la perspectiva teórica que inspira la mayoría de los trabajos empíricos sobre recepción televisiva en América

Latina. La Tabla 3 muestra que más de la mitad de las investigaciones revisadas se basan en esta aproximación y la Tabla 4 confirma esta conclusión al identificar a Morley, Orozco, Martín Barbero, García Canclini y James Lull como los autores más citados. Este hallazgo no es raro en una región como América Latina en donde los estudios críticos como la teoría de la dependencia y el imperialismo cultural primero, y los

Tabla 3 - Porcentaje de estudios por enfoque teórico		
Enfoque	F	%
Estudios culturales	30	56.7
No identificado	10	18.9
Análisis de recepción	3	5.7
Otro	3	5.7
Usos y gratificaciones	2	3.8
Ecléctico	3	5.7
Educación para los medios	1	1.9
Varios	1	1.9
Total	53	100%

estudios culturales después, se han enraizado en las últimas décadas (Tabla 3 e 4).

Las valiosas aportaciones de autores como Martín Barbero, García Canclini, Orozco, González y Fuenzalida entre otros en la década de los ochenta en el campo de los estudios culturales, siguen siendo el fundamento teórico para la mayoría de estos trabajos en la región. Sin embargo, resulta interesante observar que el trabajo más reciente sobre audiencias no ha incorporado aún las contribuciones de los nuevos investigadores empíricos contemporáneos. Martín Barbero, García Canclini y González, por ejemplo, no han realizado trabajo empírico —y casi nada de trabajo teórico— en audiencias televisivas en los últimos 15 ó 20 años.

Mientras que la supremacía de los estudios

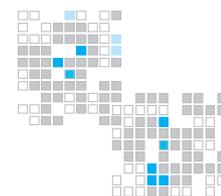


Tabla 4 - Número de artículos citando a un autor más de dos veces dentro del texto

Autor	f
David Morley	15
Guillermo Orozco	15
Jesús Martín Barbero	12
Néstor García Canclini	8
James Lull	8
Klaus B. Jensen	5
Jorge González	4
Ien Ang	3
Gilberto Jiménez	3
Valerio Fuenzalida	2
Stuart May	2
Juan José Igartua y Carlos Muñiz	2
Michael Morgan y James Shanahan	2
Roger Silverstone	2
Otros autores con dos a o más menciones en un solo artículo	55
Total	136

culturales se explica por la importancia histórica de las aproximaciones críticas en la región, nuestra revisión muestra un rango muy bajo de diversidad e interés en otras tradiciones teóricas. La perspectiva de los efectos predominante en los Estados Unidos (*agenda setting*, análisis del cultivo, aprendizaje social, entre otros) está completamente ausente en el corpus analizado. En América Latina, por tanto, las audiencias televisivas no parecen estudiarse desde diferentes perspectivas teóricas como ocurre en Estados Unidos o Europa Occidental.

Un hallazgo sorprendente es el número tan elevado de estudios que no mencionan explícitamente los fundamentos teóricos desde los cuales plantean sus preguntas de investigación o interpretan sus resultados: 9 estudios que representan el 17% de los reportes. Algunos

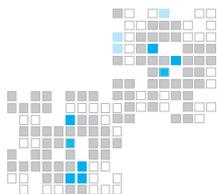
de ellos son encuestas descriptivas que intentan ofrecer información básica sobre patrones de consumo. Otros han sido realizados por autores identificados con la perspectiva de estudios culturales, pero por alguna razón no lo explicitan en la revisión de la literatura, en las preguntas de investigación o incluso en la interpretación de sus resultados. Dos estudios más abordan el importante tema de la violencia y la televisión, pero desde una base ecléctica o implícita.

4.3. Falta de atención a lecturas ideológicas

La Tabla 5 muestra que aún siendo los estudios culturales la perspectiva teórica predominante en investigación empírica de audiencias televisivas, muy pocos trabajos abordan la pregunta central del impacto ideológico de los medios o la capacidad de las audiencias para negociar, resistir o rediseñar los contenidos ideológicos preferentes. Sólo 7 de más de 30 trabajos, se basan en decodificación y lecturas de contenidos ideológicos, confirmando la preocupación de Morley (1997) sobre los

Tabla 5- Porcentaje de artículos por tópico estudiado

Tópico	f	%
Otros	12	22.6
Vida cotidiana	8	15.1
Mediación familiar	7	13.2
Otras mediaciones	7	13.2
Lecturas ideológicas	7	13.2
Consumo de medios	5	9.4
Género	2	3.8
Consumo de contenidos estadounidenses	2	3.8
Violencia y Efectos	2	3.8
Credibilidad de las noticias	1	1.9
Total	53	100%



investigadores culturalistas que pasan por alto cuestiones importantes como el poder y la ideología en el trabajo empírico.

Todos los demás trabajos basados en estudios culturales se centran en el análisis y comprensión del papel de la televisión en la vida cotidiana de las audiencias o en el rol de la familia y/o escuela como mediaciones de recepción televisiva. Sin embargo, resulta importante señalar la relevancia de estos estudios (y muchos otros publicados en libros y revistas no contempladas en esta revisión), para el conocimiento de las formas en que la familia y la escuela filtran el consumo y decodificación de los programas televisivos en América Latina.

En contraste, otras áreas de gran interés cuando se estudia la recepción televisiva como podrían ser la violencia, la credibilidad de las noticias, la apropiación de la agenda mediática o la adopción de versiones televisadas de la realidad, están escasamente estudiadas en la muestra. Esta cuestión se debe también a la falta de diversidad en las aproximaciones teóricas utilizadas por los investigadores latinoamericanos y podría ser incluso indicador de la falta de diversidad en la capacitación de futuros académicos en los programas latinoamericanos de posgrado en comunicación.

4.4. Avances en el frente metodológico

Nuestra revisión de 53 estudios publicados en las revistas académicas más importantes de la región, muestra que en los últimos 15 años un número significativo de investigadores latinoamericanos sigue haciendo poca o nula referencia a sus metodologías (Tablas 6 y 7). Alrededor del 39% de los trabajos no explican o explican de manera incompleta su metodología, y alrededor del 34% de los estudios no incluye una sección formal de método en el cuerpo del trabajo (el porcentaje sube a 49% si también se incluyen los artículos que sí explicitan su metodología pero lo hacen en alguna otra sección). Este hallazgo muestra el

largo camino por recorrer en América Latina en la capacitación de investigadores de la comunicación para lograr el rigor y la exigencia deseada en el trabajo empírico. Así mismo, este resultado alerta sobre la necesidad de que los editores y evaluadores de revistas académicas sean más estrictos al

Tabla 6 - Porcentaje de estudios que explican su metodología		
Explican método	f	%
Completamente	32	60.4
Parcialmente	14	26.4
No explican	7	13.2
Total	53	100%

Tabla 7 - Porcentaje de estudios con sección de método		
Sección de método	f	%
Sí	27	50.1
No	18	33.9
Sí, pero con diferente nombre	8	15.1
Total	53	100%

dictaminar y aprobar las investigaciones puestas a su consideración para ser publicadas.

Sin embargo, en un tono más optimista, los hallazgos demuestran el logro de un mejor balance entre las diferentes técnicas disponibles para la investigación de audiencias (Tabla 8). La encuesta sigue ocupando un lugar importante, pero los métodos cualitativos se han diversificado con el uso de entrevistas a profundidad o focalizadas, grupos de discusión, etnografías y otras estrategias cualitativas. Un avance interesante es el creciente uso de la combinación de encuesta con métodos cualitativos dentro del mismo estudio, demostrando una tendencia hacia la triangulación de los resultados. Este es un satisfactorio paso hacia adelante para una región en donde los métodos cuantitativos habían sido, hasta hace poco, rechazados por su asociación “inherente” con el positivismo (cfr. Mattelart,

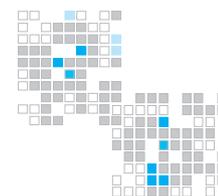


Tabla 8 - Porcentaje de estudios por técnica

Técnica	f	%
Encuesta	13	24.5
Entrevista a profundidad o focalizada	13	24.5
Encuesta y una técnica cualitativa	10	18.9
Grupos de discusión	6	11.3
Etnografía	3	5.7
Otras técnicas cualitativas	3	5.7
Datos secundarios	4	7.5
Historias de vida	1	1.9
Total	53	100%

1976) y en donde el divorcio académico entre los defensores de los métodos cualitativos y los seguidores de los cualitativos sigue estando presente en muchos casos.

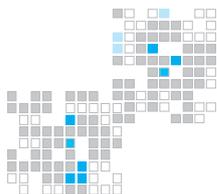
5. Discusión

A pesar de la fuerte presencia de los estudios culturales en América Latina, la teoría e investigación desarrollada y las contribuciones de académicos como Martín Barbero, García Canclini y Orozco, no sólo a nivel regional sino a nivel global, la investigación empírica de audiencias televisivas sigue siendo escasa. La tendencia de los académicos latinoamericanos a optar por ensayos teóricos sobre el trabajo empírico, ya sea por falta de recursos económicos o capacitación metodológica, ha permanecido presente en los últimos 15 años.

El análisis de 53 estudios de audiencias televisivas encontrados en 378 números de 24 de las revistas en comunicación más importantes de América Latina, ofrece algunas bases sólidas para detectar los enfoques predominantes en géneros, tipos de audiencias, aproximaciones teóricas y técnicas de investigación que han caracterizado el trabajo empírico entre 1993 y el 2007. Uno de los hallazgos más relevantes es el desplazamiento de las telenovelas como foco central de los estudios de recepción en la región. Mientras que el 23% del número total de estudios sigue reflejando un

interés hacia este género, en los últimos 15 años se ha mostrado una creciente preocupación por explorar el complejo ensamble de contenidos televisivos que consumen los diferentes segmentos de la audiencia y la recepción de programas de noticias. De cualquier forma, parece existir una necesidad de más estudios empíricos de recepción televisiva en géneros particulares que han adquirido relevancia por su cantidad de producción y consumo en la mayoría de los países de la región. Los *reality shows*, las series, las caricaturas y los programas deportivos, entre otros, han adquirido gran popularidad y han sido hasta ahora poco estudiados de manera particular. Es entonces sorprendente no encontrar trabajo cualitativo en la recepción y apropiación de géneros o programas individuales diferentes a la telenovela o los noticieros.

Para una región reconocida académicamente en el mundo por su interés en el imperialismo cultural y los efectos ideológicos de las industrias mediáticas locales y transnacionales sobre las audiencias, es raro encontrar que sólo 7 de 51 estudios se concentran en las lecturas y negociaciones ideológicas de los televidentes. Los culturalistas latinoamericanos parecen estar tomando el mismo camino impuesto por sus colegas en Estados Unidos y Europa, rechazando cuestiones como ideología y poder, y centrando su atención en temas como vida cotidiana o mediaciones familiares y escolares en el proceso de ver televisión. Aunque el desplazamiento de las teorías y aproximaciones positivistas puede ser considerado de manera favorable entre los académicos latinoamericanos, quienes posiblemente lo interpretan como un intento de evadir otro tipo de dependencia de Estados Unidos, también resulta importante resaltar la uniformidad que genera, así como el empobrecimiento de debates, habilidades, aproximaciones y puntos de vista teóricos y metodológicos. La mayoría de las debilidades de la investigación empírica



latinoamericana en este campo pueden provenir de esta homogeneidad y falta de diversidad en la enseñanza y revisión teórica de los programas de posgrado en comunicación en la región.

Mientras que el corpus estudiado en esta revisión muestra que la investigación empírica de audiencias televisivas en América Latina se ha vuelto más plural y sofisticada en el uso de las técnicas cuantitativas y cualitativas, mostrando una tendencia favorable al combinar ambas estrategias en un solo estudio, existe aún un largo camino por recorrer con respecto al rigor metodológico, no sólo en el diseño de la investigación y el trabajo de campo, sino en la explicación requerida en los reportes de hallazgos con el fin de evaluar su calidad y relevancia.

Como se ha mencionado anteriormente, este artículo forma parte de una investigación en proceso sobre estudios empíricos de recepción televisiva en América Latina. La inclusión de las revistas pendientes no contempladas en este

corpus, podría cambiar ligeramente algunas de las conclusiones de esta revisión. Sin embargo, consideramos que los 53 estudios encontrados en 378 números de 24 revistas líderes de la región, representan una muestra válida para extraer inferencias sobre las tendencias, fortalezas y debilidades de esta línea de trabajo.

La investigación empírica de audiencias en América Latina tiene un gran potencial para contribuir significativamente en el conocimiento de los procesos de consumo, negociación y apropiación de contenidos televisivos en el marco mundial. El tamaño de la región, el valor incuestionable del pensamiento teórico local y la coexistencia de la tradición, la modernidad y la posmodernidad propia de los países latinoamericanos (García Canclini, 1990) podría conducir a conocer patrones de consumo y recepción considerablemente diferentes a los observados en la investigación actual de los países industrializados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHONG, Blanca y ORNELAS, José Luis. La mexicanidad y la preferencia por las películas estadounidenses del público de Torreón, Coahuila. Ponencia presentada en el XVIII Encuentro Nacional AMIC, Morelia, México, 2006.

DEL VALLE, Carlos. Comunicación Participativa, Estado-Nación y Democracia. Discurso, Tecnología y Poder, Temuco: Ediciones Universidad de La Frontera. ISBN 956-236-170-5. 214 páginas, 2006.

_____. Metainvestigación de la comunicación en Chile. Tendencias y crítica, Temuco: Ediciones Universidad de La Frontera. ISBN 956-236-155-1. 130 páginas, 2004a.

_____. Metainvestigación de la comunicación en Chile (1970-2003). Reflexiones y críticas desde la economía política de la comunicación. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, (1), pp. 126-133, 2004b.

GARCÍA ÁLVAREZ, Hugo. Consumo televisivo de origen estadounidense en el noreste de México. Ponencia presentada en el XIV Encuentro Nacional CONEICC, Veracruz, México, 2007.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. Culture and power. The state of research.

Media, Culture and Society, 10, 467—497, 1988.

_____. Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad. México: Grijalbo, 1990.

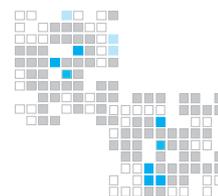
GONZÁLEZ, Jorge. Los frentes culturales. Culturas, mapas, poderes y luchas por las definiciones legítimas de los sentidos sociales de la vida. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, (1)3, 1—44, 1987.

GUTIÉRREZ, Alma. E. Consumo cultural de series televisivas norteamericanas en la zona noreste del país. El caso de Sex and the City entre estudiantes de una universidad privada de alto prestigio de la zona noreste del país. Ponencia presentada en el XVIII Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación AMIC, 2006, Morelia, México, 2006.

HINOJOSA, Lucila, STORY, Lewis, GRANAT, M. y GARZA, Rosalía. Consumo y apropiación de cine, video y televisión extranjero en el noreste de México. Ponencia presentada en el XIII Encuentro Nacional CONEICC, Mérida, Yucatán, México, 2005.

FUENZALIDA, Valerio. Estudios de audiencia y recepción en Chile. Diálogos de la Comunicación, (73), 47—55, 2006.

JACKS, Nilda y ESCOSTEGUY, Ana.C. La investigación brasileña:



Impases y desafíos. *Diálogos de la Comunicación*, (73), 37—45, 2006.

LOZANO, José Carlos. Del imperialismo cultural a la audiencia activa: aportes teóricos recientes. *Comunicación y Sociedad*, (10-11), 85—106, 1990/1991.

_____. Media reception on the Mexican border with the United States. En E. McAnany y K. Wilkinson (Eds.), *Mass media and free trade: NAFTA and the cultural industries* (pp. 157-186). Austin, Texas, Estados Unidos: The University of Texas Press, 1996.

_____. Consumo y lecturas negociadas de noticieros televisivos en Monterrey, Guadalajara y México, D.F. *Oficios Terrestres*, 7 (9/10), 18-26 (Publicación de la Universidad Nacional de La Plata, Argentina), 2001.

_____. Distanciamiento crítico frente a la televisión nacional mexicana. *Revista de Estudios de Comunicación ZER*, (14), 131—150, 2003.

_____. Experiencias de investigación con alumnos de profesional y postgrado en el Tecnológico de Monterrey, México. *Revista Universidad de Medellín*, 42(83), 87—96, 2007.

_____. (en prensa). Consumo y apropiación de cine y televisión extranjeros por audiencias en América Latina: una revisión de su investigación. *Comunicar, Revista iberoamericana de Comunicación y Educación*, (30).

MATTELART, Armand. Críticas a la “communication research”. In: GODED, J. (Ed.), *Los medios de la comunicación colectiva* (pp. 165-180). México: UNAM, 1976.

MARTÍN BARBERO, Jesús. De los medios a las mediaciones:

comunicación, cultura y hegemonía. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1987.

_____. y TÉLLEZ, M.P. Los estudios de recepción y consumo en Colombia. *Diálogos de la Comunicación*, (73), 57—69, 2006.

MCANANY, Emile y LA PASTINA, Antonio. Telenovela audiences: A review and methodological critique of Latin American Research. *Communication Research*, 21(6), 828—849, 1994.

MORLEY, David. Theoretical orthodoxies: Textualism, Constructivism and the “New Ethnography” in Cultural Studies. In M. Ferguson & P. Golding (Eds.), *Cultural Studies in Question* (pp. 121-137). Thousand Oaks, California, Estados Unidos: Sage Publications, 1997.

OROZCO, Guillermo. Familia, televisión y educación en México. En G. Orozco (Comp.), *Hablan los televidentes: estudios de recepción en varios países* (pp. 11-32). México, D.F.: Universidad Iberoamericana, 1992.

_____. & PADILLA, M. Rebeca. Los estudios de recepción en México. Un itinerario. En Lozano, J.C. (Ed), *La Comunicación en México: Diagnósticos, balances y retos* (pp. 147-166). Monterrey: Tecnológico de Monterrey, CONEICC, 2005.

SAINTOUT, Florencia y FERRANTE, Natalia. Los estudios de recepción en Argentina hoy: Rupturas, continuidades y nuevos objetos. *Diálogos de la Comunicación*, (73), 19—26, 2006.

STRAUBHAAR, Joseph. Beyond media imperialism: Assymetrical interdependence and cultural proximity. *Critical Studies in Mass Communication*, (8), 39—59, 1991.

