

## Audiencias televisivas latinoamericanas:

### 15 años de investigación empírica

Nilda Jacks, Lourdes Silva, Anna Paula Knewitz,  
Lorena Frankenberg e José Carlos Lozano<sup>1</sup>/ Tecnológico de Monterrey, MÉXICO,  
Adriana Moraginski/ Universidade Federal do Rio Grande do Sul e  
Nilse Maria Maldaner/ Universidade de Ijuí/ BRASIL.

#### *Abstract*

How important is the study of television reception in Latin America? What are the most popular theoretical approaches used to make sense of the patterns and processes of television exposure and consumption by audiences in the region? What kind of methodological techniques are used and with what sample sizes? What segments of the audience are studied the most and what segments are neglected? Who are the leading figures influencing the theoretical bases of recent empirical work? This paper discusses the findings of a review of 96 Latin American empirical studies on television reception published between 1992 and 2007 in 55 of the most important journals in the region. Findings confirm cultural studies as the theoretical approach adopted the most, television and daily life and mediations like the family as the topics covered the most in the studies, and the lack of a solid methodological base in many of the reports. Morley, Orozco, Martín-Barbero, Garcia-Canclini, Hall and Lull were the scholars with more citations in the literature reviews. The paper ends 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 rigor and more emphasis on the analysis of ideological readings and impact.

**Keywords:** television audiences, cultural studies, television reception, empirical audience research

#### *Resumen*

¿Qué tan importante es el estudio sobre recepción televisiva en América Latina? ¿Cuáles son los enfoques teóricos utilizados para conferirle sentido a los patrones y procesos de exposición y consumo de televisión en las audiencias regionales? ¿Qué técnicas metodológicas se usan con mayor frecuencia y con qué tamaños de muestra? ¿Qué segmentos de la audiencia se estudian más y cuáles son ignorados o minimizados? ¿Quiénes son los académicos más influyentes en la conformación de las bases teóricas que utilizan los estudios empíricos? El presente trabajo discute los hallazgos de una revisión de 96 investigaciones empíricas sobre recepción televisiva en América Latina de 1992 a 2007 en 55 de las más importantes revistas en la región. Los resultados confirman que estudios culturales era el enfoque teórico adoptado con mayor frecuencia, que los temas de televisión y vida cotidiana y meditaciones como la familia eran los más abordados y que se presentaban deficiencias en las bases metodológicas de muchos de los reportes. Morley, Orozco, Martín Barbero, Garcia Canclini, Hall y Lull eran los académicos con mayor

---

<sup>1</sup> Los autores agradecen la participación en la recolección y codificación de los datos en este trabajo a Carlos del Valle, Daniel López, Anny Paz, Migdalia Pineda, Silvia Romero.

cantidad de citas en las revisiones de la literatura. El trabajo concluye con un diagnóstico de las fortalezas y debilidades de la investigación empírica contemporánea en América Latina sobre la recepción televisiva y puntualiza la necesidad de alcanzar un mayor rigor metodológico y mayor énfasis en el análisis de las lecturas ideológicas y el impacto de las mismas en los miembros del público.

**Palabras clave:** audiencias televisivas, estudios culturales, recepción televisiva, investigación empírica de audiencias

---

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 y publicada en las revistas científicas más reconocidas del campo de la comunicación y disciplinas afines. Con una sólida tradición primero en el terreno de los enfoques sobre la dependencia y el imperialismo cultural y luego en los estudios culturales, América Latina ha destacado mundialmente en los debates teóricos sobre el impacto ideológico de los mensajes audiovisuales en los diferentes tipos de audiencias. Lo que no queda suficientemente claro, en retrospectiva, es la magnitud y las características de las aportaciones empíricas concretas en dicho tema y la calidad y cantidad de estudios desarrollados a lo largo de los últimos años. Se han examinado para este propósito los métodos empleados en las investigaciones empíricas identificadas, sus marcos teóricos, la procedencia de los trabajos, los géneros estudiados y el conocimiento derivado.

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. “De los medios a las mediaciones”, de Martín Barbero, constituyó una obra clave para reorientar los estudios comunicacionales hacia los complejos y activos procesos de mediación de los contenidos y su ubicación en el más amplio contexto de la cultura. Los ensayos de García Canclini, por su parte, permitieron visualizar los procesos de recepción como actos de consumo y por tanto de mayor actividad de las audiencias. Los planteamientos de González sobre los frentes culturales, por su parte, aterrizó los conceptos gramscianos y neomarxistas al estudio de los procesos de apropiación diferenciada y contestataria de los medios y sus mensajes por diferentes grupos y subgrupos sociales. Orozco, por su parte, indagó y resaltó el papel mediador de la escuela y la familia en la decodificación de la comunicación de masas.

Desde la década de los noventa, los trabajos sobre audiencias reflejaron esta nueva concepción de la actividad de la audiencia 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 América Latina. Académicos en los diferentes países de la región empezaron a generar conocimiento en esta línea siguiendo el liderazgo teórico de Martín Barbero, García Canclini, Orozco y González. Los resultados evidenciaron un movimiento de las comunidades académicas de distintos países hacia estas conceptualizaciones de actividad, mediación, consumo y apropiación en los procesos de recepción (Saintout y Ferrante 2006; Jacks y Escosteguy, 2006). En una revisión sobre el estado del arte en Colombia, Martín Barbero y Téllez (2006), revelan una situación similar al resto de América Latina. Los estudios de recepción surgen en los ochenta en una concepción ligada a los efectos y en base a dos

situaciones clave para la sociedad: “la fragilidad de la democracia y el espesor de la violencia” (p. 58). Sin embargo en los noventa, se presenta el desplazamiento de la recepción al consumo y al finalizar el milenio, según los autores, los niños aparecen como ejes centrales de la investigación. En el caso de Chile, Fuenzalida (2006) advierte sobre la importancia de reconceptualizar desde la mirada de la recepción los temas clásicos abordados por la comunicación televisiva. Estos temas se ordenan desde el microacontecer comunicacional al interior del hogar, hasta problemas sociales y políticos (p. 47). En México los trabajos del Programa Cultura desarrollados en la Universidad de Colima y liderados por Jorge González y Jesús Galindo fueron medulares para valorar la telenovela como importante producto de cultura popular con fuerte intervención en la conformación de identidad y cultura nacional (González, 1987). Una perspectiva diferente para estudiar la recepción televisiva, por otra parte, se desarrolló desde mediados de los noventa en el noreste de México enfatizando el estudio de la recepción de contenidos televisivos extranjeros entre los habitantes de esa región del país (Lozano, 1996; Lozano, 2003; Martínez, 1994; Chong y Ornelas, 2006; García Álvarez, 2007; Hinojosa et al, 2005; Lozano, en prensa). Otra línea de investigación explorada por Lozano (2001; 2003) y Gutiérrez (2006) ha sido la decodificación y distanciamiento crítico de las audiencias sobre programas televisivos en particular, tema escasamente explorado por investigadores en el país.

La familia como una mediación importante en la recepción televisiva es otro de los campos más estudiados en México (Orozco, 1992). La vida cotidiana, la configuración de identidades en familia, los estudios de género, la comunicación familiar y la influencia de la madre en los procesos de recepción televisiva en el hogar, han sido las principales líneas estudiadas empíricamente.

La investigación de audiencias en los diferentes países latinoamericanos tiene una historia muy corta en la mayoría de los casos y se ha centrado en el papel de la televisión en la vida de los televidentes. Diversos académicos, usando distintos enfoques metodológicos y enfocados en sujetos de variadas características han descrito estas relaciones. La complejidad del objeto de estudio ha llevado a que en México, así como en otros países, se rebase el concepto de recepción. Orozco (2005), por ejemplo, ha propuesto hablar mejor de “televidencia” entendida como “la multidimensionalidad de las interacciones que movilizan las diversas particularidades y temporalidades desde que el sujeto individual y colectivo procesa los discursos y las narrativas, las mitologías y los imaginarios de la televidencia” (p. 155).

Expuesto así el panorama general sobre la investigación de audiencias televisivas en América Latina, se procede a mostrar el resultado del análisis de los 96 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:

¿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?

¿Son las telenovelas el principal objeto de estudio o la investigación en América Latina se ha diversificado a otros géneros televisivos?

¿Qué tipo de audiencias y qué temas son los más estudiados en estos trabajos?

¿Qué enfoques teóricos y analíticos predominan al interpretar los hallazgos de estas investigaciones?

¿Quiénes son los académicos más citados en estos trabajos? ¿Han realizado estos investigadores estudios empíricos de recepción televisiva en los últimos 15 años? ¿Siguen trabajando estas mismas líneas de investigación?

¿Cuáles son las técnicas cualitativas o cuantitativas más utilizadas y con qué tamaño de muestras?

¿Indican los tamaños de las muestras posibles fallas en la generalización y confiabilidad de los hallazgos?

¿Qué tan detallada y rigurosa es la metodología empleada en estos estudios?

## Método

La revisión es el resultado del trabajo conjunto entre académicos investigadores de Brasil, Chile, Colombia, México y Venezuela. El análisis comprende 96 artículos 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 sus versiones electrónicas e impresas.

La base de datos utilizada consta de 55 revistas que sumaron un total de 982 números revisados. En México, en el CINCO (Centro de Investigación de Comunicación e Información del Tec de Monterrey) 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.

En Brasil la búsqueda se realizó en base al Catálogo de Revistas Académicas de Comunicación 2007 publicado en el Núcleo de Pesquisa em Informação, Tecnologias e Práticas Sociais de la Facultad de Biblioteconomía y Comunicación de la Universidad Federal do Rio Grande do Sul, Brasil. De las 57 revistas enlistadas ahí, se tomaron las 38 disponibles parcial o totalmente en su versión digital, o sea el 66.66% del universo catalogado.

En Chile la búsqueda se realizó en base a los siguientes criterios: (1) revistas de amplia difusión, (2) revistas de acceso, y (3) revistas con acceso en formato electrónico, para completar la búsqueda, en el caso de no contar con las ediciones impresas. El primer ejercicio consistió en buscar las revistas que cumplieran con estos criterios, conformando un corpus de siete revistas, adscritas, en su totalidad, al ámbito de formación en comunicación (Universidades). Las siete revistas representan a casi la totalidad de las revistas existentes, incluyendo algunas discontinuadas. Por lo tanto, la confiabilidad es alta. Revisiones posteriores mostraron que faltó incluir una revista, cuyos números fueron revisados y se constató que no contaban con trabajos sobre el área específica de la investigación.

En Venezuela, Se realizó una revisión documental y on-line de las revistas científicas arbitradas del área de las ciencias sociales, ciencias humanas y ciencias gerenciales. La revisión se efectuó en tres etapas: Primeramente se elaboró una lista con los nombres de las revistas que podrían contener publicaciones sobre el tema estudiado y posteriormente se revisaron las versiones impresas de los números de esas revistas que se encontraban en las bibliotecas de las universidades, además de la versión digital que se encontraba en la web. Finalmente, se realizaron visitas a las bibliotecas y a la web para realizar el análisis de contenido a los artículos relacionados con la investigación y se registró en una ficha cada uno de los datos que integran el estudio.

Se considera que la revisión en equipo expuesta aquí abarca gran parte de la producción latinoamericana en este tema, sin embargo falta incluir otras revistas, sobre todo de países como Perú, Argentina, o Uruguay que no aparecían en ninguna de las bases de datos consultadas. El número de estudios revisados, sin embargo, refleja de manera confiable las principales tendencias en la investigación latinoamericana de audiencias televisivas publicadas en las revistas académicas de la región, por lo menos en los países incluidos.

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 96 trabajos alimentó una base de datos compuesta por campos en donde se especificaba 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. La integración de la base de datos capturada por los colegas de distintos países fue realizada en el CINCO del Tecnológico de Monterrey, en donde se analizó cuantitativa y cualitativamente la información recabada y se elaboró el reporte de investigación.

## 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 sólo el 10% de todos los artículos publicados en 982 números de las 55 revistas seleccionadas en los 15 años tomados en cuenta 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). Como era de esperarse, México y Brasil eran los países de origen de la mayoría de los autores de los estudios. Entre ambos, abarcaban casi el 70%. Les seguían en importancia los estudios de autores venezolanos (15%) y muy abajo Chile, Colombia y Argentina (ver Tabla 2). Jiani Bonin, Ana Uribe, José Carlos Lozano, Juan Enrique Huerta y Martha Renero eran los autores con más reportes de investigación publicados en las revistas muestreadas, con entre 4 y 7 publicaciones cada uno (Tabla 3). Autores ampliamente reconocidos y citados en el campo de la investigación sobre recepción televisiva como Guillermo Orozco y Valerio Fuenzalida aparecían con dos trabajos empíricos cada uno de ellos, mientras que teóricos como Jesús Martín Barbero, Néstor García Canclini y Jorge A. González no tenían ni un solo trabajo empírico sobre este tema en las 982 ediciones revisadas.

Las dos revistas latinoamericanas con mayor número de reportes empíricos sobre recepción televisiva eran mexicanas: Comunicación y Sociedad, de la Universidad de Guadalajara, con 14 trabajos y el Anuario de Investigación de la Comunicación del CONEICC, con 10. En tercer lugar aparecían con 5 trabajos publicados cada una Diálogos de la Comunicación, de FELAFACS y FAMECOS de Brasil. Como se observa en la Tabla 4, el resto de las revistas latinoamericanas oscilaban entre uno y cuatro reportes publicados en los 15 años, lo que refleja la poca tradición empirista de los autores que aparecían en ellas.

Crece el interés por la recepción de noticias

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 24 o el 25% de los 96 trabajos se concentraron específicamente en estudiar la recepción de este género (Tabla 5). La mitad de los artículos revisaba 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 (De la Garza, 1997; Huerta, 2005; Huerta y Cerda, 2002; Lozano, 1994; Lozano, 2003), otros revisando la diversidad de contenidos preferidos por segmentos específicos de la audiencia como los jóvenes (Chavero y García Muñoz, 2005; González Hernández, 2006; López, 2003, 2004; Martínez, 1994; Orozco y Viveros, 1996; Renero, 1996) e incluso otros más interesados en las mediaciones familiares en el proceso de ver televisión (Cornejo, 1992; Guadarrama, 1999; Renero, 1992, 1995 y 1997; Vega, 2005).

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 12.5% de todos los estudios revisados dedicaran 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, eran casi ignorados por los estudios dedicados a analizar el consumo.

## Mujeres y niños, los menos estudiados

Los trabajos empíricos sugieren que los investigadores latinoamericanos están centrando sus esfuerzos en analizar, en su mayoría, la recepción televisiva entre jóvenes y adolescentes (Tabla 6). La familia como un todo y los adultos también representan un segmento considerable en los trabajos de investigación, mientras que los niños y las mujeres en su especificidad de edad o de género no han atraído suficiente atención de los pocos académicos haciendo trabajo de campo. La selección de adultos y de jóvenes, sin

embargo (Bonilla, 1998; Cerda, 2001; Chavero y García Muñoz, 2005; Dalmonte, 2006; De Jesús y Patriota, 2007; De la Garza, 1997; Diez Martínez, Miramontes y Sánchez, 2000; González, 2006; Marques y Rocha, 2006; López, 2003/2004; Lozano, 1994; Martínez, 1994; Orozco & Viveros, 1996; Renero, 1996) podría ser resultado de procedimientos de conveniencia y no necesariamente de preocupaciones sociales o teóricas. Los investigadores encuentran más fácil el acceso a este tipo de audiencias en las escuelas o en sus propias universidades. Otro factor influyente es el hecho de que los académicos no cuentan con fondos para realizar estas investigaciones y trabajan con fuertes sobrecargas de materias, lo cual les facilita trabajar con muestras accesibles en sus propias instituciones o ciudades. De cualquier forma, los estudios proveen evidencia importante sobre las complejas interacciones entre los grupos sociales quizás más sensibles con respecto a la televisión.

## Los estudios culturales, enfoque predominante

Estudios culturales es, por mucho, la perspectiva teórica que inspira la mayoría de los trabajos empíricos sobre recepción televisiva en América Latina. La Tabla 4 muestra que más de la mitad de las investigaciones revisadas se basan en esta aproximación y la Tabla 7 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 estudios culturales después, se han enraizado en las últimas décadas. Si conjuntamos los porcentajes de las investigaciones basadas en estudios culturales con las de análisis de la recepción y educación para la TV, perspectivas cercanas y compatibles con la primera, tendríamos que 6 de cada 10 trabajos sobre recepción en las revistas analizadas se basaban en ellos.

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 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: nueve estudios que representan el 9% de los reportes. Algunos de ellos son encuestas descriptivas que intentan ofrecer información básica sobre patrones de consumo (López, 2003, 2004). Otros han sido realizados por autores identificados con la perspectiva de estudios culturales (Covarrubias, 2001; Fuenzalida, 1992; Renero, 1996), 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. Cinco estudios más (por ejemplo Bonilla, 1998; Huerta, 1999) abordan el importante tema de la violencia y la televisión, pero desde una base ecléctica o implícita.

## Desinterés en temas de poder e ideología

La Tabla 8 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 12 de los 49 trabajos basados en estudios culturales se enfocaban en la decodificación y las lecturas de contenidos ideológicos (De Jesús y Patriota, 2007; Huerta, 2005; López Rivera, 1997; Lozano, 2003a, 2003b; Orozco, 1996; Saez, 2002, entre otros), confirmando la preocupación de Morley (1997) sobre los 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 (Cerda, 2001; Gendreau, 1997; Guadarrama, 1999; Marques y Rocha, 2006; Renero, 1995, 1996; Tufte, 2007; Yarto y Lozano, 2004, entre otros) o en el rol de la familia y/o escuela como mediaciones de recepción televisiva (Aguiló, 2004; Bonin, 2005; Cornejo, 1992; Cornejo, Urteaga y Viveros, 1995; Fuenzalida, 1992; González Hernández, 2006; Huerta, 2004; Lozano, 2000; Orozco y Viveros, 1996; Padilla, 2007; Renero, 1992, 1997; Uribe, 1993; Vink, 1992, entre otros). 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, estaban escasamente estudiadas en la muestra. Esta cuestión se debía también, seguramente, 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.

## Crecimiento en la triangulación

McAnany y La Pastina (1994) concluyeron en su revisión de 26 trabajos de audiencias televisivas entre 1970 y 1993, que uno de los hallazgos más relevantes era que relativamente pocos [estudios] hacen referencia a sus metodologías, aparentemente porque las dan por un hecho. En general, los dos métodos empleados más comúnmente son la encuesta y el estudio etnográfico de caso, aunque los grupos focalizados, la investigación-acción y otras metodologías también son utilizadas (p. 839).

Nuestra propia revisión de 96 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 9 y 10). Alrededor del 40% de los trabajos no explicaban o explicaban de manera incompleta su metodología, y alrededor del 27% de los estudios no incluía una sección formal de método en el cuerpo del trabajo. El resto de los trabajos (73%) sí explicaban al lector, ya fuese en secciones explícitas de método o en el cuerpo del trabajo, los procedimientos metodológicos llevados a cabo en el estudio, requisito de fundamental importancia en un reporte de investigación. Este hallazgo muestra que existe aún un porcentaje minoritario pero importante de estudios y de investigadores latinoamericanos que no han prestado suficiente atención a aspectos que reflejan la calidad y el rigor en el trabajo de campo. Así mismo, este resultado alerta sobre la necesidad de que los editores y evaluadores de revistas académicas sean más estrictos al 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 11). 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 (Bonilla y Rincón, 1998; Chavero y Muñoz, 2005; De Jesús y Patriota, 2007; Gendreau, 1997; Lozano, 2000, 2003a; Renero, 1996, 1997; Tufte, 2007), 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 una maniquea asociación “inherente”

con el positivismo (cfr. Mattelart, 1976) y en donde el divorcio académico entre los defensores de los métodos cualitativos y los seguidores de los cuantitativos sigue presente en muchos casos.

De cualquier forma, el tamaño de las muestras—tanto en los reportes cuantitativos como en los cualitativos—sigue siendo una cuestión problemática, como lo apuntaban ya en su análisis McAnany y La Pastina (1994). La Tabla 12 muestra que casi la mitad de los estudios basados en encuestas se apoyaban en muestras menores a los 300 casos, difícilmente representativas). La otra mitad de los artículos basados en esta misma estrategia cuantitativa oscilaban entre los 300 y los 3,000 informantes. Cabe señalar, sin embargo, que los únicos trabajos con 2000 informantes o más correspondían a los realizados por miembros de la Cátedra Televisa en el Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey (Cerdeña, 2002; Lozano, 2000, 2003a, Yarto y Lozano, 2004), reportando hallazgos de una muestra probabilística amplia en vivienda de Monterrey, Guadalajara, y Ciudad de México sobre televisión y vida cotidiana. Otra muestra importante, de 1,134 estudiantes de secundaria, fue la realizada en Bogotá, Colombia, por la Universidad de la Sabana (López, 2003). Sin embargo, con excepción de los trabajos derivados de la Cátedra Televisa y algunos otros, muchas de las encuestas carecían de una discusión sobre la población y el tamaño de la muestra, los procedimientos de selección de la propia muestra, el diseño de investigación y otra información importante para evaluar la calidad requerida en el trabajo de campo.

Las Tablas 13 y 14 muestran el número de informantes en las entrevistas a profundidad o focalizadas así como de los grupos de discusión. En estos trabajos, resulta más difícil evaluar la congruencia del tamaño de las muestras dada la flexibilidad y la variación de características y objetivos de cada uno de los estudios. Resulta problemático, sin embargo, que el 16% de los trabajos basados en entrevistas de tipo cualitativo no mencionaban ningún aspecto relacionado con su metodología y que 32% lo hacían de forma incompleta resultaba problemático. La falta de esta información imposibilitaba el acceso a la relevancia, validez y calidad de los resultados reportados en los estudios. Sería deseable que en el futuro las revistas académicas latinoamericanas exigieran para publicar reportes empíricos de investigación la inclusión en secciones explícitas o en el cuerpo del trabajo de explicaciones detalladas sobre los procedimientos metodológicos llevados a cabo.

Tendencia a la alza

La Tabla 15 muestra que el interés de los investigadores latinoamericanos por realizar estudios empíricos sobre recepción televisiva podría estar experimentando una tendencia a la alza. Mientras que en los años de 1992 a 1999 el total de revistas muestreadas publicaba un promedio de 3 a 4 reportes de investigación sobre este tema, del 2000 al 2007 se ha visto un incremento significativo, en especial en los últimos tres años, donde la cifra ha alcanzado entre 9 y 16 trabajos publicados. La incorporación de nuevos académicos procedentes de los posgrados de la región, así como el crecimiento en el número de revistas académicas podrían ser algunas de las causas de este crecimiento. De cualquier forma, el dato resulta positivo y muestra que, quizás, algunas de las lagunas y omisiones en la comprensión de los complejos procesos de uso, negociación y apropiación de los contenidos por parte de diferentes segmentos de la audiencia se irán subsanando en los próximos años.

Autores más citados

La Tabla 16 muestra que los autores más citados en los trabajos publicados eran los considerados clásicos en el campo latinoamericano de la recepción televisiva: Jesús Martín Barbero, Guillermo Orozco y Néstor García Canclini. Los tres fueron pioneros en el tema en la década de los ochenta, sentando las bases teóricas y realizando trabajos empíricos importantes sobre las audiencias televisivas. La inmensa mayoría de los autores de los trabajos analizados los consideran referencias obligadas en sus estudios. Los autores externos a América Latina más referenciados, por otra parte, eran aquellos que coinciden con el desarrollo del campo de los estudios culturales, como David Morley, Stuart Hall, Pierre Bourdieu y James Lull. Curiosamente, los trabajos empíricos revisados citaban muy esporádicamente los estudios de la misma naturaleza que se han venido desarrollando en los últimos 15 años y que se reseñan en este mismo artículo, algo que sería esperable al considerar que las revisiones del estado del arte en un reporte empírico deben enfatizar investigaciones similares realizadas de manera reciente.



## Discusión

A pesar de la fuerte presencia de los estudios culturales en América Latina, la importante teoría e investigación desarrollada sobre telenovelas, 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 por deficiente capacitación metodológica, ha permanecido presente en los últimos 15 años.

El análisis de 96 estudios de audiencias televisivas encontrados en 982 números de 55 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 25% 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 12 de 96 estudios se concentraban 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 las de ideología y poder, y centrando su atención en temas como vida cotidiana o mediaciones familiares y escolares en el proceso de ver televisión.

Aunque la ausencia de teorías y aproximaciones positivistas puede ser considerada como favorable entre los académicos latinoamericanos, quienes posiblemente la 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 96 estudios encontrados en 982 números de 55 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) podrían conducir a conocer patrones de consumo y recepción considerablemente diferentes a los observados en la investigación actual de los países industrializados.

## **Referencias**

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

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

GARCÍA CANCLINI, Néstor. (1988). Culture and power. The state of research. *Media, Culture and Society*, 10, 467—497.

— (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.

GONZÁLEZ, Jorge. (1987). 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.

GUTIÉRREZ, Alma. E. (2006). 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.

HINOJOSA, Lucila, STORY, Lewis, GRANAT, M. y GARZA, Rosalía. (2005). 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.

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

JACKS, Nilda y ESCOSTEGUY, Ana. C. (2006). La investigación brasileña: Impases y desafíos. *Diálogos de la Comunicación*, (73), 37--45.

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

— (1996). 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.

— (2001). 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).

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

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

— (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. (1976). Críticas a la “communication research”. En J. Goded (Ed.), *Los medios de la comunicación colectiva* (pp. 165-180). México: UNAM.

MARTÍN BARBERO, Jesús. (1987). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

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

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

MORLEY, David. (1997). 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.

OROZCO, Guillermo. (1992). 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.

OROZCO, Guillermo & PADILLA, M. Rebeca. (2005). 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.

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

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

## ***Estudios Revisados***

Aguiló I. (2004). El proceso de producción de sentido en televisión. Estudio de la codificación y decodificación de textos televisivos sobre piqueteros. Nombre Falso. <http://www.nombrefalso.com.ar/index.php?pag=34>.

Alvarado, A. U. (2004). “Receptores Nómadas: Confluencias entre recepción televisiva y migración transnacional”. *Intexto*, v. n° , 1-17.

Alvarado, A. U. (2005). “México imaginado: Recepción cultural, telenovelas e inmigrantes”. *Comunicação: Veredas*, ano IV, n° 0, 11- 41.

Andreolo, R. (2003). TV a cabo e a segmentação da comunicação. *Revista Famecos*, v. 11, n° 20, 88-97.

Arango, G. (2003). Realities: de la tele- verdad a la tele- realidad. *Palabra Clave*. N, 009, pp. 11 -28, diciembre. Bogotá, Colombia.

- Bonilla, J. y Rincón, O. (1998). Violencia en pantalla. Televisión, Jóvenes y violencia en Colombia. Diálogos de la Comunicación, (53), [http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos\\_epoca/pdf/53-04JorgeBonilla.pdf](http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/53-04JorgeBonilla.pdf)
- Bonin, J. (2002). "Identidade étnica e telenovela". Ciberlegenda, v. -, nº10, p. 1-17.
- Bonin, J. (2003). "Memória familiar e recepção de telenovela". Ciberlegenda, v. 1, nº12, p. 1-22.
- Bonin, J. (2004). Estratégia Multimetodológica de Captação de Dados em Pesquisa de Recepção: A Experiência da Investigação Telenovela, Identidade Étnica e Cotidiano Familiar. Rastros, v. nº , 1-13
- Bonin, J. (2005). "Delineamentos teórico-metodológicos para estudar a mediação do cotidiano familiar na recepção". Ciberlegenda, v. 1, nº 15, p. 1-15.
- Bonin, J. (2005). Identidade étnica e recepcao televisiva: revisitando dados de uma pesquisa empírica. FAMECOS, (28), 45—54.
- Bonin, J. (2007). Mídia televisiva regional e identidade étnica: a RBS e as configurações da identidade italiana na recepção. Fronteiras, v. 9, nº 2, 91-103.
- Brittos, V. (1995). TV a cabo: usos distintos de um mesmo produto. Revista Famecos, v.3, nº 2, 35-46.
- Catalán, C. y Souza, M. D. (2001). "Calidad, identidad y televisión. Las transformaciones de la televisión chilena y sus efectos en la identidad". Reflexiones Académicas, (13), 77-88.
- Cebrián, M. (2003). La nueva frontera de los realities shows y de las estrategias multimedia. Palabra Clave. N, 009, diciembre. Bogotá, Colombia.
- Cerda, A. (2001). Maneras de ver y usar la televisión: análisis por género de los hábitos de consumo televisivo de las audiencias mexicanas. Comunicación y Sociedad, (39),199—244.
- Chavero, H. y García Muñoz, N. (2005). Los hábitos de consumo televisivo de una comunidad extranjera: el caso de estudiantes latinoamericanos en Barcelona. Revista Zer, (19), 191—204.
- Cornejo, I. (1992). El psicodrama aplicado al estudio de la recepción familiar televisiva. Comunicación y Sociedad, (14-15), 39—64.
- Cornejo, I. (1995). Televisión sí, pero con orden. Anuario Coneicc de la Investigación en Comunicación, (2), 217—240.
- Covarrubias, K. (2001). Hacia una nueva cultura televisiva: Mirada de Mujer en la percepción de los públicos colimenses. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, (7), 89—126.
- Crespo, D. (2004). Televisión con cultura / cultura con televisión. Palabra Clave. N, 011, diciembre. Bogotá, Colombia.
- Cristine, M. (2005). Televisão Educativa– a audiência como fator de construção de uma identidade pedagógico-cultural (etapa qualitativa). Revista São Bernardo.com.br, v. 1, nº3, 1-18.
- Cruz, F. (2006). A cultura da Mídia no Rio Grande do Sul/Brasil: o caso MST e Jornal do Almoço. Intexto, v. nº , 1-13.

- Cruz, F. (2007). Particularidades da socialização midiaticizada televisiva na recepção de adolescentes de instituições de acolhimento. *Fronteiras*, v. 9, nº 3, 178-187.
- Dalmonte, E. (2006). Dos efeitos fortes à hipótese de percepção do efeito de terceira pessoa: uma verificação empírica. *Contemporanea*, 4(1), 51—72.
- De Jesús, P. y, Albuquerque, N.S. (2007). Telenovela Malhação e cotidiano de prováveis extensionistas rurais em formação: um estudo de recepção junto a estudantes em São Lourenço da Mata – Pernambuco. *Intercom*, 30(1), 195—214.
- De la Garza, Y. (1997). Patrón de exposición televisiva de jóvenes de preparatoria de la ciudad de Monterrey. *Anuario Coneicc de Investigación de la Comunicación*, (4), 207—248.
- Del Villar, R. (2002). “Globalización, fragmentación, descentramiento y construcción de nuevas identidades”. *Comunicación y Medios*, (13), 13-29.
- Desantes, J. (1997). Derecho informativo y televisión. *Palabra Clave*. N, 002. Bogotá, Colombia.
- Diez-Martínez E.; Miramontes, S. y Sánchez, M. (2000). Las ocupaciones como elementos de la alfabetización económica y su reconocimiento a través de la televisión. *Comunicación y Sociedad*, (37), 129—158.
- Elias, M. F. (1998). “O adolescente diante da telenovela”. *Comunicação e Educação*, v - , nº [11](#), p. 35- 47.
- Filho, C. (2001). A publicidade como suporte pedagógico: a questão da discriminação na publicidade da Sukita. *Revista Famecos*, v. 9, nº 16, 122-135.
- Fuenzalida, V. (1992). Telenovelas y Desarrollo. *Diálogos de la comunicación*, (33), [http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos\\_epoca/pdf/33-06ValerioFuenzalida.pdf](http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/33-06ValerioFuenzalida.pdf)
- Fuenzalida, V. (1996). La apropiación educativa de la novela. *Diálogos de la comunicación*, (44)[http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos\\_epoca/pdf/44-07ValerioFuenzalida.pdf](http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/44-07ValerioFuenzalida.pdf)
- Galdón, G. (1997). Algunas reflexiones sobre la documentación televisiva. *Palabra Clave*. N, 002. pp. 25 – 35, noviembre. Bogotá, Colombia.
- García, J. (1997). Información y Comunicación. *Desafíos Antropológicos de las Nuevas Tecnologías*. *Palabra Clave*. N, 002, pp. 73 – 93, Bogotá, Colombia.
- García, A. y Vallejo, M. (2005). ¿Qué es noticia? Agenda, periodistas y ciudadanos en Colombia. *Anagramas*, 3 (6), pp.97-110
- Gendreau, M. (1997). Globalización y medios de comunicación ¿hacia la aldea global?. *Anuario Coneicc de Investigación de la Comunicación*, (4), 249—278.
- González, D. (2006). En busca del entretenimiento. Televisión y audiencia juvenil en la frontera norte. *Comunicación y Sociedad*, (5), 157—179.
- Guadarrama, L.A.(1999). Familias, telenovelas y fútbol. Estudio de caso desde el enfoque sistémico. *Anuario Coneicc de Investigación de la Comunicación*, (5), 147—176.

- Gutiérrez, L. (2006). Análisis de la calidad informativa, primer paso hacia el cambio. Palabra Clave. N, 014, pp. 67 – 83, junio. Bogotá, Colombia.
- Huerta, E., Garagarza, I. y Villegas, R. (1999). Percepción de la violencia en televidentes del área metropolitana de Monterrey, México. *Comunicación y Sociedad*, (36), 171—198.
- Huerta, E. y Cerda, A. (2002). Qué y cómo se ve televisión en México: oferta y consumo en tres áreas metropolitanas. *Anuario Coneicc de Investigación de la Comunicación*, (9), 221—246.
- Huerta, E. (2004). "No le cambies a mi novela". Dominación y negociación entre géneros en el acto de ver televisión. *Comunicación y Sociedad*, (1), 163—182.
- Huerta, E. (2006). Los programas de televisión estadounidenses y la percepción de la violencia en televidentes de Monterrey, México. *Revista Zer*, (20), 71—86.
- Huerta, E., Bañuelos B. y Rodríguez, A. (2006). El rol de la televisión en la socialización política de los niños. Resultados preliminares. *Anuario Coneicc de Investigación de la Comunicación*, (13), 273—288.
- Jesus, P. e Patriota, N. (2007). "Telenovela Malhação e cotidiano de prováveis extensionistas rurais em formação: um estudo de recepção junto a estudantes em São Lourenço da Mata – Pernambuco". *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, vol. 30, nº1, p. 195 -214.
- Letalien, B.L. (2005). Pay Television among low-income populations. Reflections on research performed in the Rio de Janeiro Favela of Rocinha. *Contemporanea*, 3(1), 105—127.
- López, D.F. (2003). El consumo crítico de los medios de la juventud y el lenguaje de la discreción como propuesta. Palabra-Clave, (9), <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=64900905&iCveNum=3709>
- López, D.F. (2004). Consumo de medios en estudiantes de secundaria de Bogotá. Una mirada desde cuatro escuelas de comunicación. Palabra-Clave, (10), <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=64901008&iCveNum=3691>
- López, D. (2005). Lectura de medios. De la audiencia ignorada al poder de las audiencias. *Anagramas*, 4 (7), pp.51-79
- López, L. (1996/1997). Los Simpsons y la reconstrucción social. *Razón y Palabra*, (5), <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n5/Simpsons.htm>.
- Lozano, J.C. (1994). Recepción y uso de medios de comunicación en jóvenes fronterizos. *Anuario Coneicc de Investigación de la Comunicación*, (1), 217—246.
- Lozano, J.C. (2000). El género y el nivel socioeconómico como mediaciones en el consumo de noticieros televisivos en México. *Revista Zer*, (9), <http://www.ehu.es/zer/zer9/9lozano.html>
- Lozano, J.C. (2003a). Consumo y lecturas negociadas de noticieros televisivos en Monterrey, Guadalajara y México DF. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, (9), 43—56.

- Lozano, J.C. (2003b). Distanciamiento crítico frente a la tv nacional mexicana. *Revista Zer*, (14), <http://www.ehu.es/zer/zer14/distanciamiento14.htm>
- López, D. y Peña, M. (2003). El consumo crítico de los medios de la juventud y el lenguaje de la discreción como propuesta pedagógica. *Palabra Clave*. N, 009, diciembre. Bogotá, Colombia.
- Machado-Borges, T. (2007). An ethnographic approach to the reception of telenovelas: some reflections on research methods. *E-Compós*, (10).
- Magalhães, N. (2006). Reflexões sobre a televisão e a "falta de cultura" no Brasil. *Em Questão*, vol. 12, n. 1, 109-129.
- Marques, A. e Rocha, S. (2006). A produção de sentido nos contextos de recepção: em foco o grupo focal. *Fronteiras*, v.3, n°1, 38-53.
- Martínez, D. (1994). Exposición a televisión, uso de medios impresos y razonamiento verbal entre jóvenes universitarios. *Anuario Coneicc de Investigación de la Comunicación*, (1), 267—304.
- Martínez, F. (1994). La televisión y el aprovechamiento escolar de los niños de primaria en Monterrey, Nuevo León. *Anuario Coneicc de Investigación de la Comunicación*, (1). 247—266.
- Mayer, V. (2006). A vida como ela é/pode ser/deve ser? O programa *Aqui Agora e cidadania* no Brasil. *Intercom*, 29(1), 15—37.
- Natansohn, G. (2004). Um estudo de recepção sobre as tele-consultas médicas. *E-compós*, (endereço eletrônico indisponível).
- Njaine, K. (2006). “Os sentidos da violência ou a violência sem sentido: olhar do adolescente sobre a mídia”. *Interface - Comunicação, Saúde e Educação*, vol.10, n° 20, 381- 392.
- Ortiz, G., Ruiz, S. y Velásquez, C. (2002). Inventar o reflejar la realidad. Un dilema que compromete la credibilidad informativa de los medios de comunicación en Colombia. *Palabra-Clave*, (7). <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=64900702&iCveNum=3694>
- Orozco, G. (1996a). La oferta televisiva y su percepción por jóvenes de la Ciudad de México. *Anuario Coneicc de Investigación de la Comunicación*, (3). 147—186.
- Orozco, G. (1996b). 'Hay que hacer algo, pero no somos los indicados'. Ámbitos de mediación y supertemas en la televidencia de las noticias. *Comunicación y Sociedad*, (27), 111—140.
- Padilla, M.R. (2007). Una nueva socialité llegó: Historia de la recepción televisiva en la ciudad de Aguascalientes. *Comunicación y Sociedad*, (7), 101--128.
- Puente, S. (1997). Televisión al rescate de quién encabeza las acciones. *Palabra Clave*. N, 002. pp. 1 – 9, diciembre. Bogotá, Colombia.
- Puhl, P. e Silva, C. (2007). A ficção seriada e a construção da memória dos universitários pela minissérie JK. *E-Compós*, (10).
- Renero, M. (1992). De géneros televisivos y usos familiares. *Comunicación y Sociedad*, (14/15), 19—38.

- Renero, M. (1995). Audiencias selectivas en el entorno. de la oferta multiplicada; el discurso materno acerca de los usos. de la televisión y otros medios. *Comunicación y Sociedad*, (24), 127—153.
- Renero, M. (1996). La diversión televisiva y el moderado placer de cada día: jóvenes, televisión y tiempo libre. *Comunicación y Sociedad*, (28), 115—146.
- Renero, M. (1997). La influencia de la televisión en la juventud es algo más que una ideología. Aproximación cualitativa a las comunidades de significación familiar. *Comunicación y Sociedad*, (29), 93—118.
- Ruiz, S. (2002). Reality, ficción o show. *Palabra Clave*. N. 007, pp. 69 - 92. Bogotá, Colombia.
- Ruiz, S. (2003). La trivialización de la información televisiva. *Palabra Clave*. N, 009, pp. 67 - 80, diciembre. Bogotá, Colombia.
- Sáez, N. (2002). En torno al gran hermano. Nombre Falso. Electronic versión, <http://www.nombrefalso.com.ar/index.php?pag=7>
- Salgueiro, A. y Rocha, S.M. (2006). A produção de sentidos nos contextos de recepção: em foco o grupo focal. *Fronteiras*, 8(1), 38—53.
- Silva, D. (2006). Mídia, migrações contemporâneas e interculturalidade: um percurso através das histórias de vida. *Rastros*, v., nº 7, 1-12.
- Silveira, F. (2003). “Recepção dos meios, hibridações e identidades culturais na periferia de Porto Alegre. Um ensaio etnográfico”. *Contemporânea*, ano I, nº 1, 129-153.
- Strohschoen, A. (2003). Mídia e memórias coletivas. *Diálogos Possíveis*, vol. 2, n.1, 57-73.
- Strohschoen, A. (2005). Outro estudo sobre acionamento de memória a partir da minissérie A Casa das Sete Mulheres. *Diálogos Possíveis*, vol. 4, n.1, 114-132.
- Tilburg, J. V. (1996). La lectura de un texto televisivo (telenovela): Cuestiones metodológicas. *Diálogos de la Comunicación*, (44), [http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos\\_epoca/pdf/44-06JoaoVanTilburg.pdf](http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/44-06JoaoVanTilburg.pdf)
- Tondato, M. (2007). Violência na mídia ou violência na sociedade? A leitura da violência na mídia. *Revista Famecos*, v. 15, nº 32, 126-133.
- Tufte, Th. (2007). Soap Operas y construcción de sentido: Mediaciones y etnografía de la audiencia. *Comunicación y Sociedad*, (8), 89—112.
- Travancas, I. (2005). Jovens Universitários Cariocas e o Jornal Nacional. *ECO-PÓS*, vol.8, n.2, 125-139.
- Uribe, A. (1993). La telenovela en la vida familiar cotidiana. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, (15), 185—207.
- Uribe, A. (2005). México imaginado. Recepción cultural, telenovelas e inmigrantes. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, (11), 9—33.



Vega, A. (2004). Amas de casa, televisión y participación política. México, elecciones 2003. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, (190), 97—112.

Vega, A. (2005). Contruyendo Puentes: La identidad de género de los jefes de familia y la recepción televisiva. Comunicación y Sociedad, (4), 127—145.

Velásquez, C. (2003). Cubrimiento televisivo- noticioso de protestas sociales en Colombia. Palabra Clave. N, 010, junio. Bogotá, Colombia.

Vilaltella, J. (1997). Televisión: Representación, ficción, sujeto. Palabra Clave. N, 002. pp. 11 - 23, noviembre. Bogotá, Colombia.

Vink, N. (1992). La subcultura de la clase trabajadora y la decodificación de la novela brasileña. Diálogos de la Comunicación, (34), [http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos\\_epoca/pdf/34-03NicoVink.pdf](http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/34-03NicoVink.pdf)

Wainberg, J. (2006). “Noticiário internacional e a incompreensão do mundo”. Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, [vol. 29, nº1](#), p. 39- 55.

Yarto, C. y Lozano, J.C. (2005). Televisión, rutinas y vida cotidiana en mujeres de México, Guadalajara y Monterrey. Global Media Journal en Español, (1), [http://gmje.mty.itesm.mx/yarto\\_lozano.html](http://gmje.mty.itesm.mx/yarto_lozano.html).

Tabla 1. Estudios empíricos de audiencias televisivas publicados en revistas académicas de América Latina entre 1992-2007

Título	País	Período Revisado	# de ediciones revisadas	# estudios empíricos sobre recepción televisiva	% de ediciones con estudios empíricos de recepción TV
Comunicación y Sociedad	México	92-07	34	14	41
Anuario de Inv. CONEICC	México	94-06	13	10	77
Culturas Contemporáneas	México	92-06	27	4	15
Razón y Palabra	México	96-07	58	1	2
Global Media Journal	México	04-07	7	1	14
Rev Mex de Ciencias Pol y Soc	México	92-06	45	1	2
Nombre Falso	Argentina	01-07	9	2	22
Comunicación	C. Rica	00-06	11	0	0
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
Anagramas	Colombia	01-05	8	2	25
Revista Mediaciones #3	Colombia	03-04	3	0	33
Palabra Clave	Colombia	97-06	44	3	7
Diálogos de la Comunicación	Perú	92-07	42	5	12
Comunicação & Sociedade	Brasil	02-04	5	0	0
Contracampo	Brasil	02-03	2	0	0
Ciberlegenda	Brasil	98-07	18	3	17
Comunicação e Educação	Brasil	94-07	36	1	2
Comunicação: Veredas	Brasil	03-06	4	1	25
Contemporânea	Brasil	03-07	8	3	38
Diálogos Possíveis	Brasil	03-07	8	2	25
E-Compós	Brasil	04-07	10	3	30
Eco-Pós	Brasil	02-07	12	1	8
Em Questão	Brasil	03-07	10	1	10
Famecos	Brasil	93-07	34	5	18
Intercom	Brasil	00-07	14	3	21
Fronteiras	Brasil	04-07	11	4	36
Interface	Brasil	97-07	23	1	4
Intexto	Brasil	97-07	16	2	13
Rastros	Brasil	99-07	7	2	29
São Bernardo.com.br	Brasil	04-06	5	1	20
Anuario ININCO	Venezuela	92-05	12	4	33

Revista de CS. de la Com y la Inf Comunicación	Venezuela	02,04	3	0	0
Encuentro Educacional	Venezuela	93-06	45	2	4
Espacio Abierto	Venezuela	94-05	36	0	0
OMNIA	Venezuela	92-06	48	3	6
OPCIÓN	Venezuela	95-07	23	0	0
Quorum Académico	Venezuela	94-06	42	3	7
Revista Científica NEGOTIUM	Venezuela	04-07	8	1	13
Revista Científica ORBIS	Venezuela	05-08	9	0	0
Revista de Artes y Humanidades UNICA	Venezuela	05-08	9	0	0
Revista de Ciencias Sociales (RCS)	Venezuela	00-07	18	0	0
Revista Venezolana de Ciencias Sociales	Venezuela	01-06	11	1	9
Revista Venez. de Economía y C. Sociales	Venezuela	97-06	20	0	0
Revista Venezolana de Gerencia	Venezuela	03-06	8	0	0
Telos	Venezuela	96-07	33	0	0
Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales	Venezuela	99-07	24	0	0
Utopía y Praxis Latinoamericana	Venezuela	96-07	12	0	0
Zer	España	96-07	36	0	0
Total			21	4	19
			982	96	10%

Nota: La revista española ZER fue incluida por los 4 estudios latinoamericanos publicados en ella.

Tabla 2

País de origen del autor del reporte de investigación

País	f	%
México	43	36.4
Brasil	36	30.5
Venezuela	18	15.2
Chile	6	5.1
Colombia	6	5.1
Argentina	4	3.4
USA	2	1.7
Dinamarca	1	0.8
Holanda	1	0.8
Perú	1	0.8
Total	118	100%

Tabla 3

Número de reportes de investigación por autor

Autor	f	%
Jiani Bonin	7	5.6
Ana B. Uribe	5	4.0

---

José Carlos Lozano	5	4.0
Juan Enrique Huerta	5	4.0
Martha Renero	4	3.2
Daniel Fernando López	3	2.4
Aída Cerda	2	1.6
Aimeé Vega	2	1.6
Ana Maria Strohschoen	2	1.6
Esther Durante	2	1.6
Frank Viveros	2	1.6
Guillermo Orozco	2	1.6
Inés Cornejo	2	1.6
Migdalia Pineda	2	1.6
Rafael del Villar	2	1.6
Simone Rocha	2	1.6
Valerio Fuenzalida	2	1.6
OTROS (1 solo reporte)	73	59
Total	124	100%

---

Nota: El total excede los 96 estudios debido a las coautorías entre los investigadores mencionados.

Tabla 4  
Número de reportes de investigación por revista

Revista	f	%
Comunicación y Sociedad	14	14.6
Anuario CONEICC	10	10.4
Diálogos de la Com	5	5.2
Famecos	5	5.2
Anuario ININCO	4	4.2
Culturas Contemporáneas	4	4.2
Fronteiras	4	4.2
Zer	4	4.2
Ciberlegenda	3	3.1
E-Compós	3	3.1
Espacio Abierto	3	3.1
Opción	3	3.1
Palabra-Clave	3	3.1
Comunicación (Centro Gumilla)	2	2.1
Contemporanea	2	2.1
Diálogos Possíveis	2	2.1
Intercom	2	2.1
Intexto	2	2.1
Nombre Falso	2	2.1
Rastros	2	2.1
Anagramas	1	1.0
Comunicação e Educação	1	1.0
Comunicación y Medios	1	1.0
Eco-Pós	1	1.0
Em Questão	1	1.0
FAMECOS	1	1.0
GMJ en español	1	1.0
Quorum Académico	1	1.0
Razón y Palabra	1	1.0
Reflexiones Académicas	1	1.0
Revista Comunicação: Veredas	1	1.0
Revista Contemporânea	1	1.0
Revista de Ciencias Sociales	1	1.0
Revista Intercom	1	1.0
Revista Interface	1	1.0
Revista Mex de C Pol y Sociales	1	1.0
Revista São Bernardo.com.br	1	1.0
Total	96	100.0

Tabla 5  
Número de reportes de investigación por recepción de cada tipo de género

Tipo	f	%
Varios	48	50.0

telenovelas	24	25.0
Informativos	12	12.5
Series	4	4.2
Entretenimiento	2	2.1
Infantiles	1	1.0
Reality shows	1	1.0
Ninguno	4	4.2
Total	96	100.0

Tabla 6

Número de reportes de investigación por tipo de audiencia estudiada

Tipo	f	%
Varios	25	26.0
Jóvenes	17	17.7
Familia	13	13.5
Adultos	10	10.4
Niños	8	8.3
Adolescentes	8	8.3
Mujeres	5	5.2
Hombres	1	1.0
No identificado	9	9.4
Total	96	100.0

Tabla 7

Número de reportes de investigación por enfoque teórico utilizado

Enfoque	f	%
Estudios culturales	49	51.0
Análisis de la recepción	14	14.6
Ecléctico	5	5.2
Educación para la TV	4	4.2
Usos y gratificaciones	3	3.1
Efectos (Agenda,Cultivo, Espiral,Aprendizaje)	3	3.1
Varios	2	2.1
Otros enfoques teóricos	7	7.3
No identificado	9	9.4
Total	96	100.0

Tabla 8

Número de reportes de investigación por tema estudiado

Tema	f	%
Consumo de medios	19	19.8
Vida cotidiana	17	17.7
Lecturas ideológicas	12	12.5
Mediación familiar	10	10.4
Otra mediación	10	10.4
Género	3	3.1
Consumo de medios USA	2	2.1
Credibilidad informativa	1	1.0
Otros	2	22.9
Total	96	100.0

Tabla 9

Número de reportes de investigación por grado de explicación del método

Explicación	f	%
Completa	57	59.4
Incompleta	32	33.3
Nula	7	7.3
Total	96	100.0

Tabla 10

Número de reportes de investigación por inclusión de sección de método

Existe sección	f	%
Sí	42	43.8
Sí, pero con otro nombre	28	29.2
No	26	27.1
Total	96	100.0

Tabla 11

Número de reportes de investigación por técnica utilizada

Técnica	f	%
Encuestas	19	19.8
Entrevista	19	19.8
Combinación encuesta con otra cualitativa	18	18.8
Grupos de discusión	17	17.7
Etnografía	9	9.4
Historias de vida	5	5.2
Datos Secundarios	4	4.2
Otra cualitativa	4	4.2
Otra cuantitativa	1	1.0
Total	96	100.0



Tabla 12

Número de reportes de investigación cuantitativos por tamaño de su muestra

Tamaño	f	%
Menos de 300	12	45.7
300-600	7	26.6
1134	1	3.8
1200 a 1300	2	7.6
2680	4	15.4
Total	26	99.1

Tabla 13

Número de reportes de investigación basados en entrevistas por tamaño de su muestra

Informantes	f	%
1-4	8	19.5
5-9	3	7.3
10-14	5	12.2
15-19	3	7.3
20-29	7	17.1
30-40	5	12.2
50-70	3	7.3
90-100	2	4.9
129	1	2.4
180	4	9.8
Total	41	100

Tabla 14

Número de reportes de investigación basados en grupos de discusión por tamaño de su muestra

Grupos	f	%
1	1	12.5
2	2	25.0
4	3	37.5
7	2	25.0
Total	8	100.0

Tabla 15  
Número de reportes de investigación por género estudiado

Año	f	%
1992	4	4.2
1993	1	1.0
1994	3	3.1
1995	3	3.1
1996	5	5.2
1997	4	4.2
1998	4	4.2
1999	2	2.1
2000	5	5.2
2001	6	6.3
2002	6	6.3
2003	8	8.3
2004	9	9.4
2005	16	16.7
2006	11	11.5
2007	9	9.4
Total	96	100.0

Tabla 16  
Número de veces en que el autor fue citado dos veces o más en un mismo reporte de investigación

Autor	f	%
David Morley	17	6.4
Guillermo Orozco	16	6.0
Jesús Martín Barbero	22	8.2
Néstor García Canclini	14	5.2
James Lull	9	3.4
Stuart Hall	9	3.4
Pierre Bourdieu	7	2.6
Jorge A. González	5	1.9
Klaus B. Jensen	5	1.9
Gilberto Giménez	4	1.5
Ien Ang	3	1.1
Maurice Halbwachs	3	1.1
Migdalia Pineda	3	1.1
Roger Silverstone	3	1.1
Otros con 1 o 2	147	55.1
Total	267	100