

Análisis de medios

-La otra cara de los medios: los estudios de recepción-

Quiero decirte por qué me gustó mucho regalarte la televisión. Siempre me ha fascinado el cine, el arte, la fotografía, las imágenes creadas por el ser humano. Vi televisión por primera vez en mi vida a los catorce años, en un viaje a Italia con mi tía. Pero sólo de adulta se convirtió en parte de mi vida cotidiana. Y con los años se ha vuelto tan natural que se nos olvida cómo era vivir sin ella. Yo no tenía sino libros para explorar el mundo desde mi casa, un mundo muy cerrado y limitado si no hubiera sido por las dimensiones de la letra impresa. Ahora ya los libros no cumplen el mismo papel que antes, ni son tan centrales, tan irremplazables. Son más fluidos y menos sagrados. Tal vez ahora la televisión cumple muchas de las funciones que cumplió para mí la literatura. Se dice que es un simulacro, algo que parece ser, un artificio. Sí, es una representación, una forma de aproximarnos a la realidad, sin que podamos saber bien cuál es la realidad. Pero me parece que entenderla es entender nuestra época. Y me gusta pensar que muchos otros la ven también, y que nos conecta aún sin saberlo con otras personas quién sabe dónde, y que comparten lo mismo.

Montserrat Ordóñez

No debemos aceptar la idea ilustrada de que el mundo debería librarse de todas las tradiciones. Estas son necesarias y perdurarán siempre, porque dan continuidad y forma a la vida.

Anthony Giddens

Objetivos

- Que las y los estudiantes sean capaces de ubicar los autores más representativos y las metodologías utilizadas para los estudios de la recepción.

Desarrollo

El término de recepción es un concepto amplio. En muchos espacios aparece ligado a la audiencia y, en otros, cada una de estas palabras implica matices particulares. Para algunos, el término de audiencia puede resultar ambiguo. Este término hace énfasis en la necesidad de reflexionar la comunicación ya no solo desde su aspecto de producción técnica del mensaje, sino desde la realidad cotidiana donde es interpretada y donde otras realidades influyen en lo que el público hace con este mensaje. Los retóricos fueron los primeros en manifestar esta necesidad de conocer al otro para convencer. En la actualidad, y sobre todo en castellano, el término se ha asociado con el marketing. El sociólogo español Javier Callejo distingue cuatro elementos fundamentales para entender este concepto: a) una sociedad de consumidores b) medios de comunicación masivos c) anunciantes interesados en el conocimiento de la proyección de sus inversiones en publicidad y d) investigación empírica (Callejo, 2001,17). La propuesta teórica de Orozco (2000, 113-128) sobre las múltiples mediaciones que atraviesan a la audiencia matiza mucho mejor este concepto. Thompson (1998, 62 y sig.), por su parte,

sin hablar de audiencias pero sí de recepción, caracteriza el proceso como activo, hermenéutico, situacional, rutinario y habilidoso. La noción tradicional de audiencia se ve trastocada a partir de la interacción que se posibilita con medios como Internet y la televisión digital, donde la comunicación es más que una “actualización del sentido unilateralmente generado o difundido” (Fuentes, 2000, 53).

En otros momentos, también el término recepción ha sido criticado desde distintos estudios justamente por esa generalización a la que hace referencia, criticado por ser “epistemológicamente insuficiente para entender el complejo, largo y variante proceso de reconstrucción de sentido que busca designar, explorar y comprender” (Orozco, 2000b, pág. 112). Aún así la recepción es el concepto que abarca en América Latina las investigaciones y propuestas que trabajan y reflexionan sobre los actores sociales y la interacción que se establece entre ellos y los medios. Cada vez se nos vuelve más urgente matizar esta concepción que tenemos de actores sociales que se ve problematizada desde distintos abordajes (Reguillo, 2000b, pág. 33).

De alguna manera, pues, los estudios de recepción intentan abarcar ese espacio de confluencia entre la comunicación y la educación que Raúl Fuentes considera “quizá el más importante pero difícil de explicar, el de las prácticas cotidianas, el de las acciones y las interacciones situadas, el de los proyectos que los sujetos impulsan y confrontan para constituir sus identidades y hacerlas prevalecer socialmente” (Fuentes, 2000, 64). En ese espacio fronterizo se mantiene la discusión por la recepción.

Fecha (*)	Tema	Lectura de apoyo
Sesión 1 Lunes 16 de noviembre	Introducción. De nuevo las mediaciones. Explicación del programa y discusión de los intereses de los estudiantes.	
Sesión 2 Lunes 16 de noviembre	1. Culturizar la comunicación. El juego producción / recepción.	Maigret, Eric (2005). <i>Sociología de la comunicación y de los medios</i> . Bogotá: Fondo de Cultura Económica. Págs. 183 – 170.
Sesión 3 Martes 17 de noviembre	2. Las teorías internacionales	- Jensen, K. and Rosengren, K. (1997) “Cinco tradiciones en busca del público. En Daniel Dayan (org.) En busca del público: recepción de televisión y medios”. Barcelona: Gedisa. - Jacks, N. y Escosteguy, A. (2005) <i>Comunicação e Recepção</i> . São Paulo: Hacker: Capitulo 1: As tradições internacionais. Págs. 24-51.
Sesión 4 Martes 17 de noviembre	3. Los teóricos dentro y fuera - Pierre Bourdieu. El habitus y el espacio de los estilos de vida.	Bourdieu, Pierre (2002). <i>La distinción. Criterio y bases sociales del gusto</i> . México D. F.: Taurus. Págs 169-222 y 513-529.
Sesión 5 Miércoles 18 de noviembre	- Paul Ricoeur y la interpretación	Una reflexión sobre la interpretación Ricoeur, P. (2001). <i>Del texto a la acción</i> . Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica: Qué es un texto, págs 127- 147.
Sesión 6 Miércoles 18 de noviembre	- Jesús Martín Barbero y las mediaciones	Martín-Barbero, J. (1998). <i>De los medios a las mediaciones</i> . Bogotá: Convenio Andrés Bello: III. De las masas a la masa, págs. 163-202.
Sesión 7	- Zigmunt Bauman y el	Bauman, Z. (2007). <i>Vida de consumo</i> . México

Jueves 19 de noviembre	consumo <i>líquido</i>	D.F.: Fondo de Cultura Económica: Introducción o el secreto mejor guardado de la sociedad de consumidores, págs 11- 41.
Sesión 8 Jueves 19 de noviembre	- John B. Thompson. La metodología de la interpretación.	Thompson, John B. (1998). <i>Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas.</i> (2ª ed.) México D. F.: Universidad Autónoma Metropolitana. Xochimilco. Págs. 395 – 473
Sesión 8 Viernes 20 de noviembre	- Guillermo Orozco. Las múltiples mediaciones.	- Orozco, Guillermo. (2000). <i>La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa.</i> Guadalajara: Universidad Nacional de La Plata / Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario. - Orozco, Guillermo (2000). <i>Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI.</i> Madrid: Ediciones de La Torre.
Sesión 9 Viernes 20 de noviembre	4. Los estudios latinoamericanos. Recepción y mediaciones.	- Revista diálogos de la comunicación N° 73
Sesión 10 Lunes 23 de noviembre	- Metodologías y temáticas	Jacks, Nilda. Historia de familia y etnografía, procedimientos metodológicos para un análisis integrado. Corona, Sarah. El discurso amoroso: un escenario para estudiar la recepción. En: Guillermo Orozco (coord). <i>Recepción y mediaciones. Casos de investigación en América Latina.</i> Bogotá: Norma.
Sesión 11 Lunes 23 de noviembre	5. Los estudios de audiencias en Ecuador	CHECA Montúfar, Fernando . Los estudios de recepción en Ecuador: paradojas, vacíos y desafíos. Revista Dia-logos de la Comunicación n.73 – 2006.
Sesión 12 Martes 24 de noviembre		OQUENDO, Christian. Las culturas en diálogo con la TV. Niños y consumo mediático en la ciudad de Quito, Abya Yala, Quito, 2002.
Sesión 13 Martes 24 de noviembre	6. Lenguajes. Lectura, matriz cultural de occidente. Metodologías para el estudio de los lectores.	- Sunkel, Guillermo. (1999) Consumo de periódicos en la transición democrática chilena. En Guillermo Sunkel (coord.) <i>Consumo cultural en América Latina.</i> Bogotá: Convenio Andrés Bello. - La construcción del público desde el pensamiento nacional en la Argentina. La revista Crisis, un estudio de caso. En: Guillermo Orozco (coord). <i>Recepción y mediaciones. Casos de investigación en América Latina.</i> Bogotá: Norma.
Sesión 14 Miércoles 25 de noviembre	7. Lenguajes. Radio. Una construcción de lo popular.	- Mata, María Cristina. (1999). Radio: memorias de la recepción. En Guillermo Sunkel (coord.) <i>Consumo cultural en América Latina.</i> Bogotá: Convenio Andrés Bello. - Rubino, Silvana. Días de radio. preferencias musicales en la ciudad de Sao Paulo. En Guillermo Sunkel (coord.) <i>Consumo cultural en América Latina.</i> Bogotá: Convenio Andrés Bello.
Sesión 15 Miércoles 25 de noviembre		Winocur, R. (2002). <i>Ciudadanos mediáticos. La construcción de lo público en la radio.</i> Barcelona: Gedisa. I. La radio como objeto antropológico págs. 23-50; III. Radio, la dimensión política de la participación. Págs 89-137; IV. Radio y vida cotidiana: usos y sentidos en el ámbito doméstico. Págs 139-172.

Sesión 16 Jueves 26 de noviembre	8. Lenguajes. Televisión. Estilos de vida y consumo.	Fuenzalida, Valerio. (1999). Géneros televisivos y cultura del protagonismo. En Guillermo Sunkel (coord.) <i>Consumo cultural en América Latina</i> . Bogotá: Convenio Andrés Bello. Mazziotti, Nora y Borda, Libertad (1999). El Show de Cristina y la construcción de lo latino. En Guillermo Sunkel (coord.) <i>Consumo cultural en América Latina</i> . Bogotá: Convenio Andrés Bello.
Sesión 17 Jueves 26 de noviembre		- Orozco, G. (2005). <i>Mediaciones y televisión pública. La deconstrucción múltiple de la televidencia en la era del avasallamiento mediático</i> . En Omar Rincón (comp..) <i>Televisión pública: del consumidor al ciudadano</i> . Buenos Aires: La Crujía. Págs. 203-231. - Carlón, M. (2006). <i>De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad</i> . Buenos Aires: La Crujía. Págs. 35-55.
Sesión 18 Viernes 27 de noviembre	9. Lenguajes. Nuevas tecnologías e internet	- Malo Cerrato, Sara y otros . (2006) El teléfono móvil: disponibilidad, usos y relaciones por parte de los adolescentes entre 12 y 16 años. En <i>55 Ese</i> . (10) Págs. 55-78 - Rocha Silva, Ma Alejandra. (2004) El lenguaje de los jóvenes en el chat. En <i>Estudios sobre la Culturas Contemporáneas</i> . Epoca II Vol X (19) Colima. Págs. 109-140 - Calderón, M. (2008). Audiencias y sociedad de información. Aproximaciones teóricas y metodológicas para el estudio crítico de las audiencias y la Internet. En María Belén Albornoz y Mauro Cerbino (comps). <i>Comunicación, cultura y política</i> . Quito: Flacso. Págs. 147-158.
Sesión 19 Viernes 27 de noviembre	10. Perspectivas y posibilidades	- García Canclini, N. (2007). <i>Lectores, espectadores e internautas</i> . Barcelona: Gedisa.

Bibliografía sobre audiencias

Benítez, José Luis (2005). *Communication and collectives identites in the transnacional social space: a media ethnography of de salvadoran immigrant community in the Washington D.C. Metropolitan Area*. Dissertation for de degree Doctor of Philosophy. Ohio University. EE.UU.

CÁCERES, Jesús Galindo (coord.). *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México. CNCA e Addison Wesley Longman, 1998.

CÁCERES, Jesús Galindo. "Del objeto percibido al objeto construido" . In *Estudios sobre las culturas contemporáneas*. Época II. Vol. V. Número 9, Colima, Junio de 1999, 9-24.

CÁCERES, Jesús Galindo. *Sabor a ti. Metodología cualitativa en investigación social*. Xalapa. Universidad Veracruzana, 1997.

CALETTI, Sergio. "La recepción ya no alcanza". IN *Comunicación, Identidad e Integración Latinoamericana IV*. México, CONEICC/FELAFACS, 1992.

Callejo, J. (2001). *Investigar las audiencias. Un análisis cualitativo*. Barcelona: Paidós.

CALLES SANTILLANA, Jorge Alberto. El sentido político de los estudios de recepción. Paper. GT Estudio de recepción./ ALAIC, 2002.

Calles, Jorge (2002). La cultura política desde la recepción: algunas notas teórico-metodológicas.

CHARLES CREEL, Mercedes. "El proceso de la recepción y la educación para los medios: una estrategia de investigación con público femenino". EN La revolución de los medios audiovisuales, Ediciones de La Torre, Madrid, 1993.

CURRAN, James, MORLEY, David, WALKERDINE, Valerie (compiladores). Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo. Barcelona. Paidós, 1998.

Disponibile en <http://www.bib.uab.es/pub/analisi/02112175n29p63.pdf>

DORNELES, Luciana B. Adolescentes privados de liberdade e a Televisão: Estudo do Meio como Mediação. Dissertação de Mestrado. PPGCOM/ UFRGS, 2003

En Carlos Eduardo Valderrama H. (ed.) *Comunicación—educación. Coordenadas, abordajes y travesías* (pp. 101-113). Santafé de Bogotá: Siglo del Hombre.

En *European Journal of Communication*. 5 (1990), págs. 207-238.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. Cartografias dos estudos culturais: uma versão latino-americana. Belo Horizonte. Autêntica, 2001

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. "Dados para uma radiografia dos estudos Brasileiros de recepção" IN Revista Ícone No. 6, Vol. 1, 2003.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. Notas para um estado da arte sobre os estudos brasileiros de recepção nos anos 90. In MACHADO, J.; LEMOS, A.; SÁ, S. (orgs.) *Mídia. Br*, Porto Alegre, Sulina, 2004.

FORD, Anibal. Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis. Buenos Aires. Amorrortu Editores, 1994.

Fuentes, Raúl. (2000). *Educación y telemática*. Buenos Aires: Norma.

FUENZALIDA, Valerio. Televisión abierta y audiencia en América Latina. Buenos Aires. Editorial Norma, 2002.

GOMES, Itania. Efeito e recepção. A interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media. Rio de Janeiro. E-papers, 2005.

GONZALEZ, Jorge A. Los frentes culturales. Culturas, mapas, poderes y luchas por las definiciones legítimas de los sentidos sociales de la vida. IN. Lameiras, José y Cáceres, Jesús. *Medios y mediaciones*, ITESO, Guadalajara. 1994.

GONZALEZ, Jorge A. Y todo queda entre familia: estrategias, objeto y método para historias de familias. IN *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Vol. I, No. 1, 1995.

GONZALEZ, Jorge A. e CÁCERES, Jesús Galindo (coordinadores). *Metodología y cultura*. México. CNCA, 1994

GRIMSON, Alejandro y VARELA, Mirta. Audiencias, cultura y poder. *Estudios sobre televisión*. Buenos Aires. Eubeba, 1999

GRISA, Jairo Ângelo. Histórias de ouvintes. A audiência popular no rádio. Itajaí. Univale, 2003.

Jacks, Nilda (2002). *Historia de familia y etnografía. Procedimientos metodológicos para un análisis integrado*.

JACKS, Nilda. "Televisão, família e identidade parte de um projeto integrado". En Revista CAESURA No. 12, 1998.

JACKS, Nilda. Televisión, recepción e identidad: cuestiones e imbricaciones. In Gómez, Guillermo Orozco (coord). *Miradas latinoamericanas a la televisión*. México. PROIICOM/ UIA, 1996.

JENSEN, Klaus Bruhn e JANKOWSKI, Nicholas W (editores.). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona. Bosch, 1993.

JENSEN, Klaus Bruhn e ROSENGREN, Karl E. "Five traditions in search of the audience". *European Journal of Communication*, 5(2-3): 207-38, 1990/ JENSEN, Klaus and ROSENGREN, Karl E. "Cinco tradiciones en busca del público. En DAYAN, Daniel (org.) *En busca del público: recepción de televisión y medios*" Gedisa, 1997.

JENSEN, Klaus Bruhn. (ed.) *A handbook of Media and Communication Research. Qualitative and Quantitative Methodologies*. London. Routledge, 2002.

JENSEN, Klaus Bruhn. (ed.) *News of the World. World cultures look at television news*. London. Routledge, 1998.

LEAL, Ondina Fachel. *A leitura social da novela das oito*. Petrópolis. Vozes, 1986

LOPES, Maria Immacolata de Vassalo. Reflexiones teórico-metodológicas dentro de un estudio de recepción. *Revista Tram(p)as de la comunicación y la cultura*. La Plata. Año 2. N° 12, abril de 2003. pp52-69.

LOZANO RENDON, José Carlos. "Los estudios culturales" EN *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, Alhambra Mexicana, 1996.

LULL, James. "La estructuración de las audiencias masivas". En *Dia-logos de la comunicación* n.º 32. Lima, 1992.

MARONA, Mónica y SANCHEZ, Rosario. *Prácticas culturales y de consumo. La escucha cotidiana del radioteatro*. Universidad Católica del Uruguay, 2001.

Martín Barbero, Jesús. (1998a) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. (5ª ed.) Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Martín Barbero, Jesús. (2000). *Ensanchando territorios en comunicación/educación*.

Martín Barbero, Jesús. (2000). *Desordenamientos de una comunidad de investigación*.

Martín Barbero, Jesús. y Rey, German. (1999) *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona: Gedisa.

MARTIN-BARBERO, Jesús. *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Santiago do Chile. Fondo de cultura económica, 2003.

MARTIN-BARBERO, Jesús. *Comunicación fin de siglo ¿para dónde va nuestra investigación?* Revista TELOS # 47.

MARTIN-BARBERO, Jesús. Lo que la investigación latinoamericana de comunicación debe al Brasil: relato personal de una experiencia intercultural. In LOPES, Maria Immacolata de Vassalo (org.) *Vinte anos de ciências da comunicação no Brasil. Avaliação e perspectivas*. Santos. Universidade de Santa Cecília/ Intercom, 1999.

MATTELART, Armand e Michèle. *História das teorias da comunicação*. São Paulo. Edições Loyola, 1999.

MURDOCK, G. La investigación crítica y las audiencias activas. *Revista Estudios sobre las culturas contemporáneas*. Colima. Vol. IV/ N°10. 1990

Orozco, G. (2000). *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. Guadalajara: Universidad Nacional de la Plata-Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, A.C.

Orozco, G. (2000). *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. Guadalajara: Universidad Nacional de la Plata-Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, A.C.

Orozco, G. (2000). "Televidencias", una perspectiva epistemológica para el análisis de las interacciones con la televisión.

Orozco, G. (2002). *Travesías de la recepción en América Latina*.

- Orozco, G. (2002). Travesías de la recepción en América Latina.
- OROZCO, Guillermo y GONZÁLEZ, Rebeca. Enfrentando la diversidad: estudios de recepción en América Latina". In *La Comunicación en la Sociedad Mexicana: reflexiones temáticas*. México. Editorial AMIC, 2001. pp. 173 a 193.
- Orozco, Guillermo. (2001). *Televisión, audiencias y educación*. Bogotá: Norma.
- OROZCO, Guillermo. *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. México. Universidad de La Plata/ IMDEC, 1997
- OROZCO, Guillermo. *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*. Madrid. Ediciones de la Torre, 1996.
- Reguillo, R. (2002). *El otro antropológico, poder y representación en una sociedad sobresaltada*. Análisi. Nº 29.
- Reguillo, Rossana. (2000). *Ciudad y comunicación. La investigación posible*.
- RONSINI, Veneza Mayora. *Entre a capela e a caixa de abelhas: identidade cultural de gringos e gaúchos*. Porto Alegre. EDIPUCRS, 2004.
- Rotker, S. (2000). *Ciudadanías del miedo*. Buenos Aires: Nueva Sociedad.
- SAINTOUT, Florencia y FERRANTE, Natalia. *¿Y la recepción? Balance crítico de los estudios sobre públicos*. Buenos Aires. La Crujía Ediciones, 2006.
- SÁNCHEZ, Rosario. *Sueños cotidianos. Telenovela y oralidad*. Montevideo. Taurus/ Universidad Católica, 2000.
- SANTAGADA, Miguel Angel. *De incertezas e ilusiones. Trayectos latinoamericanos de investigación en comunicación*. Buenos Aires. Eudeba, 2000.
- SILVA, Carlos Eduardo Lins da. *Muito além do Jardim Botânico. Um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores*. São Paulo. Summus Editorial, 1985.
- SILVEIRA, Fabrício da. *Um ensaio sobre etnografia e reflexividade nos estudos de recepção*. Porto Alegre, 1998. Dissertação de Mestrado. PPGCOM/ UFRGS.
- SOUSA, Mauro Wilton de (org.) *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo. Brasiliense, 1995.
- STEEG LARSEN, Bent. "Há um ritual em Curso? Explorando os usos sociais dos media" IN 42.txt, 2000.
- Thompson, J. B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Torres, W. (2001). *Amarrar la burra de la cola. ¿Qué ciudadanos intentar ser en la globalización? Una perspectiva Local*. (2ª ed.) Neiva: Libros del Olmo.
- TUFTE, Thomas e JACKS, Nilda. *Local lives, global media, multiple identities: gaúcho lives between "chimarrão" and cable television*. Anuário Unesco/ Umesp de Comunicação Regional. São Bernardo do Campo: v.2, p.47 - 67, 1998.
- URIBE ALVARADO, Ana Bertha. "Una perspectiva cualitativa en un estudio de recepción televisiva". EN *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* No. 20, 2004.