

Estudios de recepción 2000-2010: panorama chileno en el espacio cultural latinoamericano

Mónica VILLARROEL M.
Universidad Academia de Humanismo Cristiano / U. de Chile

Pablo ANDRADA S.
Universidad de Chile

RESUMEN: Este texto tiene como fin presentar una mirada general sobre los estudios de recepción en América Latina durante la década 2000-2010, basado en el trabajo de 11 países que realizaron investigaciones locales, proponiendo nuevos cruces tanto cualitativos como cuantitativos, identificando puntos de encuentro entre la investigación chilena y una selección de países que nos permiten relacionar cuantitativamente los datos proporcionados por cada equipo investigador de México, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador y Uruguay.

PALABRAS CLAVE: Estudios de recepción – Audiencias – América Latina – Estudios Culturales.

ABSTRACT: This paper is intended to present an overview on reception studies in Latin America during the decade 2000-2010, based on the work of 11 countries that conducted local investigations, proposing new crossings both qualitative and quantitative, identifying points of contact between Chilean research and a selection of countries that allow us to compare the data provided by each research team from Mexico, Brazil, Colombia, Ecuador and Uruguay.

KEY WORDS: Reception studies – Audiences – Latin America – Cultural Studies

Introducción

Iniciando una nueva década del siglo XXI, conformamos un panorama de los estudios de recepción en Latinoamérica que va más allá de la investigación realizada en torno a la situación de cada país, e instalamos la experiencia chilena en un contexto más amplio, dialogando con el espacio cultural latinoamericano.

La propuesta inicial fue coordinada por la investigadora brasileña Nil-da Jacks e incluyó Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, México, Puerto Rico, Uruguay, Venezuela y Perú.¹ Los estudios de cada país confluyeron en una publicación colectiva que abordó cada una de estas experiencias: *Análisis de recepción en América Latina: Un recuento histórico con personas perspectivas al futuro* (2011). Seleccionamos las experiencias más relevantes, que consideraron datos cuantitativos comparables y finalmente detallamos los resultados de la investigación en Chile, abordando las últimas décadas referidas a los estudios de recepción.

El consumo de medios de comunicación masiva está inscrito en la cotidianidad, en el hogar de un público, por lo que su relación con las industrias culturales involucra su subjetividad individual y sobre todo su pertenencia a un grupo de significación o comunidad interpretativa, como ha apuntado Fuenzalida en diversas publicaciones. Así, además de la televisión, situada dentro del espacio cotidiano de interacción doméstica, hoy se inscriben la computación y las nuevas tecnologías digitales en los procesos de recepción.

Desde mediados de la década del '80, se observa un eje de investigación encaminado a analizar cómo las audiencias construyen activamente el significado de los medios. Este nuevo acercamiento ha sido llamado por muchos "teoría de la recepción".

1 Este último no desarrolló una investigación sino que quedó restringido al relato de una experiencia particular.

Los modelos teóricos-metodológicos vigentes en investigación de recepción de medios señalados por Jensen y Rosengreen y recogidos por Orozco (1995) son: Teoría de los efectos; Usos y gratificaciones; Estudios literarios, Estudios culturales y Análisis de la recepción.

En cuanto a las tendencias disciplinarias, Nilda Jacks² propone cinco corrientes en investigación de recepción dentro de América Latina: Consumo cultural, Frentes culturales, Recepción activa, Uso social de los medios (Teoría de las mediaciones) y Enfoque integral de la audiencia (Teoría de las multimediaciones).

Hoy, de una manera simplificadora y aglutinadora de las distintas tendencias, los estudios de recepción pueden ser entendidos “como aquellos que toman en consideración los sujetos involucrados en los procesos de comunicación estudiados” (Jacks *et al.* 2011: 80). En ese sentido, los investigadores brasileños incluyeron aquellos estudios en los que la audiencia participa, interactúa con los medios de comunicación (con cartas, e-mails, llamados telefónicos, etc.), considerados estudios de cuño discursivo. “Pensar la recepción como un proceso de efectiva interacción es ir más allá de lo que comúnmente se estudiaba como tal, una vez que hasta entonces solo ocurría de manera postergada” (*Ibid:* 81). De este modo, se distinguen cambios en el paradigma comunicacional, especialmente en relación a la disolución de las fronteras entre los polos emisor-receptor.

Surge, asimismo, la necesidad de revisar el concepto de audiencia en Chile, tradicionalmente asociado a estudios cuantitativos o mixtos, realizados por televisoras o agencias privadas, orientados al *marketing* o la medición de *rating*. Hoy, pluralizamos el término y definimos “las audiencias” como un grupo de personas específico, con determinados hábitos, características específicas, a quienes podemos conocer en profundidad y observar cómo desarrollan sus procesos de recepción.

Se entenderá por audiencias a las personas que interactúan con los medios y mensajes; los consumos de las audiencias pueden ser cuantificados, por ejemplo en asistencia anual al cine, tiraje de prensa y libros, *rating* radial y televisivo, gasto económico en diversos medios, transacciones de comercio internacional en comunicaciones, y otros indicadores. Por recepción se entenderá los procesos que efectúan las audiencias en su interacción de ver/interpretar/significar/resignificar los medios y mensajes consumidos. (Fuenzalida, 2006:47).

2 Proyecto de investigación: Estudios de recepción en América Latina. Estado del arte y avance del entendimiento de la relación usuarios/nuevas tecnologías. UFRGS, 2004, Documento de trabajo.

Mirada Transversal

Guillermo Orozco señala la importancia de la investigación en recepción, considerando que ya en los años 50, con la inserción social de la televisión en Latinoamérica, se ha visibilizado a los sujetos receptores, lo que constituyó un proceso de “audienciación”. En el nuevo contexto, las audiencias estudiadas muestran la coexistencia entre espectadores pasivos y consumidores activos o “comunicantes”. De esta forma, uno de los desafíos contemporáneos de los estudios latinoamericanos de recepción sería saber diferenciar dónde terminan los consumos y dónde empieza la verdadera producción por parte de los “comunicantes” en las sociedades en red (Orozco, 2011: 377-408).

Un cambio fundamental en la década de 2000-2010 en Latinoamérica es la transmedialidad, la hiperconexión y la ubicación de las audiencias. Esto último, según Orozco, se expresa en que los estudios han debido salir del claustro del hogar hacia los *shopping center*, restaurantes, transportes públicos, entre otros. Sin embargo, existe un optimismo exagerado ante estas transformaciones que suponen que el consumo mediático ha quedado bajo el control de los sujetos, los cuales muchas veces reaccionan sin un componente creativo y de relación horizontal.

Para captar la complejidad del escenario actual, el autor explica que se deben combinar cuatro vertientes de investigación que se han desarrollado de forma separada y paralela: en primer lugar la investigación académica, con una visión crítica que ha sido expresada a través del modelo de los efectos, de la mediación múltiple, los usos sociales de los medios y los estudios culturales; segundo, la investigación de las agencias de medios, que se han enfocado en lo cuantitativo a través de estudios de audiencias o *rating*. En tercer lugar, los estudios de mercado, donde se abordan los consumos de todo tipo a través de *focus group* y que alimentan decisiones de mercado, siendo un pilar de la publicidad y propaganda política; y, cuarto, las agencias internacionales y organismos gubernamentales, que han generado estadística que ha sido subutilizada para enmarcar o contextualizar los estudios académicos.

Por su parte, María Inmacolata V. de Lopes (2011) destaca como idea transversal a los países latinoamericanos en un contexto de modernización tardía y excluyente, la preocupación por los modos de participación de las audiencias frente a los mensajes emitidos por los medios, lo que se traduce en la búsqueda de ciudadanía inclusiva a través de la participación en los procesos comunicativos que articulen comunicación-cultura y política. De este modo, señala, hay una mayor cercanía con la propuesta de Jesús Martín-Barbero, con su teoría de las mediaciones, superando con creces el modelo *encoding-decoding*, de Stuart Hall.

Coincidiendo con Guillermo Orozco, la autora señala que los trabajos de recepción no apuntan sólo a descripciones de las dinámicas de participación, sino que buscan ampliarlas, propiciando ese tipo de ciudadanía. Además resalta que se torna imprescindible modificar el foco de la investigación en virtud de las características de la sociedad en red, donde funcionan una multiplicidad de pantallas que van desde el celular hasta el computador, la televisión, los *video games*, por citar algunos.

Es necesario hablar entonces de nuevas mediaciones digitales, considerando que han surgido nuevas relaciones sociales y nuevos modos de interacción a partir del desarrollo de los medios.

En la lógica de la teoría de las mediaciones de Jesús Martín-Barbero, la mediación de la tecnicidad adquiere una dimensión que está bastante lejana de una interpretación sustentada en lo meramente técnico, sino que tiene que ver con una tecnicidad cognitiva y creativa, que funciona en el escenario de la globalización y de la interacción de los individuos en el marco de las redes. Esta idea es compartida por varios teóricos contemporáneos entre los que destaca Manuel Castells (1999).

Panorama comparativo

El grupo de investigación de todos los países involucrados se reunió en un seminario organizado por la Ciespal, la Universidad Andina (Ecuador) y la Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Brasil), en julio de 2010. El encuentro permitió trazar las líneas de lo que sería una agenda de los estudios de recepción para América Latina en los años por venir.

Las grandes preguntas metodológicas, epistémicas y teóricas que se plantean los investigadores del continente a la luz de los nuevos modos de recepción y de las nuevas tecnologías de comunicación parecieran situar en el pasado algunos enfoques que aún continúan apareciendo en tesis y seminarios de universidades chilenas.

México y Brasil son claramente los países líderes en el campo de la investigación en comunicaciones en general, y en particular en los estudios de recepción. Ambos cuentan con recursos humanos y económicos que así lo permiten, agregando a ello la presencia de destacados teóricos que impulsan el quehacer académico en sus respectivos espacios de acción. Por mencionar algunos, la sola presencia de Néstor García Canclini y Guillermo Orozco, en México; María Immacolata V. de Lopes y Nilda Jacks, en Brasil, representan motores para la investigación al interior de las universidades. Agregamos la

presencia de Jesús Martín-Barbero en Colombia y Valerio Fuenzalida en Chile como impulsores del quehacer académico.

Una primera aproximación cuantitativa es aquella relacionada al volumen de producción de estudios de recepción. Distinguimos, sin embargo, algunos factores que complejizan la comparación entre los distintos países. No todos ellos realizan un conteo de las investigaciones de la década (tanto dentro como fuera de las universidades). Brasil solo legitima los estudios realizados en postgrado, en tanto Colombia incorpora en su cuantificación los estudios realizados dentro y fuera de la academia, incluyendo los estudios de audiencias y de consumo cultural. Por su parte, México considera los distintos formatos de publicaciones académicas tales como tesis de pre y postgrado, ponencias y libros, entre otras. Finalmente, Chile contabiliza los estudios de pregrado y los de postgrado por separado. El resto de panoramas por países no cuantifica las investigaciones.

Al realizar el presente trabajo logramos agregar cifras correspondientes a Ecuador, que menciona tres indicadores, y levantamos información del caso uruguayo a partir del trabajo de las investigadoras locales. Este país menciona, al igual que Colombia, estudios dentro y fuera del campo académico.

Considerando lo anterior, México concentra el mayor número de investigaciones realizadas con 286 estudios, mientras Brasil contabiliza 165 trabajos empíricos de recepción. Posteriormente aparece Colombia con 74, mientras que Chile registra 60, desglosados en 37 de pregrado, 13 de académicos y 10 de maestrías. En un quinto lugar está Ecuador con 55 investigaciones, mientras que Uruguay presenta 23.

Tal como se aprecia en el Gráfico 1, del total de estudios registrados por estos cinco países en la década de 2000, México acumula más de un 40% de las 663 investigaciones que componen el universo analizado. A la vez, comprobamos su liderazgo junto a la academia brasileña puesto que entre ambos suman casi un 70% del volumen total de trabajos. En tanto, vemos que Chile, Colombia y Ecuador presentan una situación similar en el panorama latinoamericano con una presencia de alrededor del 10%. Al sumar a Uruguay a estos países, observamos que entre los cuatro solo alcanzan un tercio de la producción analizada.

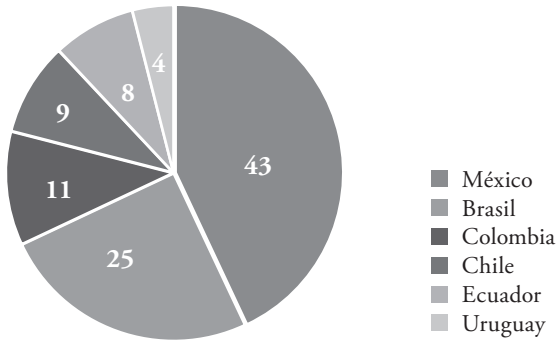


Gráfico 1

Enfoques teóricos y metodológicos

Respecto a los enfoques teóricos, en la mayoría de los países analizados la perspectiva de los Efectos ocupa un lugar secundario. Éstos han quedado en el pasado y han sido reemplazados por las miradas propuestas por los Estudios culturales, los Análisis de recepción, y los Usos y gratificaciones. Cabe señalar que al analizar esta variable se ha excluido a Brasil puesto que en su trabajo existe un detalle de los temas y géneros tratados por las investigaciones, pero se omite la perspectiva teórica de los estudios, lo cual también ocurre en el caso ecuatoriano.

Al revisar el detalle de lo pesquisado por el resto de los equipos, vemos que el Análisis de recepción es el enfoque teórico con mayor presencia en Colombia y Uruguay; los Estudios culturales, en el caso mexicano, mientras que en Chile³ predomina el modelo de Usos y gratificaciones, aunque prácticamente igualado con los estudios de Análisis de recepción. Al agrupar lo registrado por estos cuatro países que presentan información, aparecen en primer lugar los estudios que utilizan la perspectiva de los Análisis de recepción, seguidos por los Estudios culturales. En una tercera posición se encuentran las investigaciones realizadas desde la Teoría de los efectos, lugar que se explica fundamentalmente por el “peso” del registro mexicano, tal como se observa en el gráfico 2.

3 Los análisis de teorías y metodologías que se realizan en el caso chileno solo contemplan los estudios de pregrado

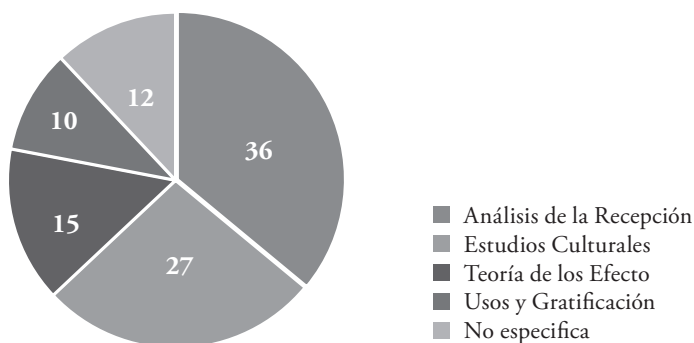


Gráfico 2

Respecto a la metodología, apreciamos un amplio uso de la entrevista y la encuesta como técnicas de producción de información. Ambas se presentan como las herramientas de trabajo de campo preferidas por los investigadores al momento de indagar en las audiencias locales.

Enfoques por medio y tipo de público

Al referirnos a los medios estudiados, la primera tendencia que se evidencia es que la televisión es sin lugar a dudas el objeto preferido por los investigadores latinoamericanos, mientras en un segundo lugar encontramos los medios (en general), en México; la radio, en Colombia, Uruguay y Brasil, e Internet, en Chile. Cabe señalar que este indicador no es abordado en el trabajo de Ecuador, tal como se aprecia en la Tabla 1.

País	Medios		
	Primera mención	Segunda mención	Tercera mención
Brasil	Televisión (68)	Radio (12)	Internet (9)
Colombia	Televisión (23)	Radio (12)	Internet (9)
Chile	Televisión (37)	Internet (9)	Radio y Medios (5)
México	Televisión (109)	Medios (70)	No específica (44)
Uruguay	Televisión (13)	Radio (4)	Medios (3)

Tabla 1. Principales medios estudiados por países.

Al agrupar el total de investigación según los medios estudiados por los cinco países analizados, observamos que la televisión concentra prácticamente la mitad de los estudios, seguido por las categorías medios y otros/no aplica, 17 y 12% respectivamente, que se explican fundamentalmente por el caso mexicano. Finalmente, bajo el 10% encontramos la radio, Internet, el cine y la prensa escrita.

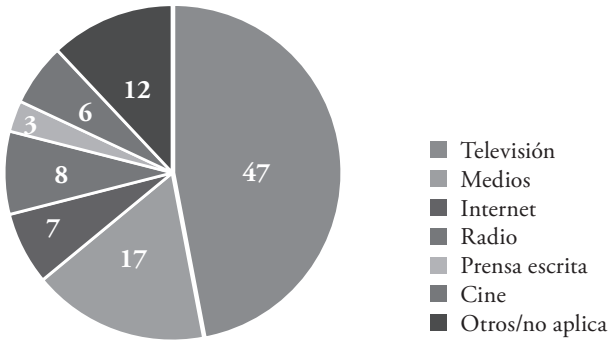


Gráfico 3

Por otro lado, al revisar las audiencias podemos apreciar que los investigadores las han diferenciado, distinguiendo principalmente a partir de la edad. Sin embargo, con una menor mención aparecen otras categorías que van más allá del rango etario de las personas, como familia, mujeres, grupos étnicos, inmigrantes y emisoras comunitarias.

Junto con esto podemos observar que la mayoría de las investigaciones no encajan en las categorías que diferencian por edad, obteniendo la mayor cantidad el grupo “otro/no aplica”, lo que nuevamente se explica fundamentalmente por el caso mexicano y su volumen de producción. Cabe señalar que para este análisis hemos excluido el trabajo uruguayo por la complejidad de determinar los públicos de algunas investigaciones. Las menciones más frecuentes corresponden a la audiencia en general, salvo Brasil. En tanto, los jóvenes aparecen como una de las preocupaciones de los investigadores, ocupando la primera mención en Ecuador, la segunda en Brasil, Colombia y Chile, y la tercera en México. Un tercer grupo de preocupaciones lo componen los adultos, los niños y las mujeres.

Al sumar los datos presentados por cada grupo investigador local, y dejando de lado lo referente a la categoría “otro/no aplica”, observamos que la audiencia en general, es decir, sin distinción, es lo más estudiado. Por otro lado, al observar la variable edad en un orden descendente, las investigaciones han mostrado una preocupación por los jóvenes, los adultos, niños y adolescentes. Finalmente vemos como la familia y las mujeres, explicadas fundamentalmente por el caso de México y Brasil, respectivamente, aparecen como audiencias de interés más allá de la segmentación etaria.

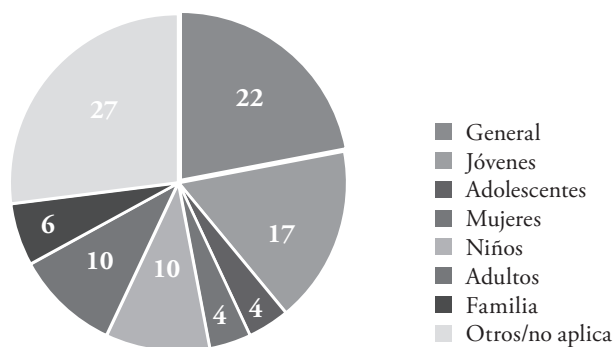


Gráfico 4

Chile: nuevas perspectivas sobre anclajes conocidos

La investigación sobre los estudios de recepción en Chile en la década de 2000-2010 fue realizada en distintas etapas, partiendo por un seminario de tesis que permitió configurar un panorama de las tesis de pregrado realizadas entre los años 1995 y 2005. Posteriormente, asumimos la tarea de completar el mapa de los estudios de recepción hasta 2010, abriendo el universo a aquellas investigaciones realizadas por académicos y presentando otras vertientes producidas desde el Estado, como los estudios de consumo cultural. Mónica Villarroel, Pablo Andrada y Rubén Dittus, con la colaboración de Paulina Naudón, trazaron así las principales líneas de este campo, desde su origen en Chile hasta las perspectivas hacia el futuro en el texto “Chile: nuevas perspectivas sobre anclajes conocidos” (2011). Es preciso apuntar las diferencias históricas entre los estudios producidos por la academia y la industria, los hitos de los estudios de recepción y audiencia en Chile, la preponderancia de los estudios de audiencia orientados al *marketing*, las complejidades del campo sujeto a los avatares de la política y los problemas de financiamiento de la investigación, especialmente académica.

Las primeras investigaciones, como relata Fuenzalida (2006) en un recuento histórico, corresponden a estudios de recepción que se realizaron en los años ochenta, cuando la reflexión sobre comunicación se traslada desde las universidades hacia las Organizaciones no Gubernamentales (ONG), en el marco de la dictadura (1973-1990). Destaca la labor de instituciones como el Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística (CENECA), la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), con investigaciones en el área de lo cultural comunicativo y su incidencia en los procesos políticos, y el Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), fundado por chilenos en México, ECO, entre otras. En el caso de CENECA, los

estudios se centraron en la educación para fortalecer la recepción activa en la audiencia televisiva, rechazando el determinismo del emisor por una parte y, por otra, se enfocaban hacia las políticas de comunicación televisiva para un futuro democrático, con autores como María Elena Hermosilla y Valerio Fuenzalida.

La década de los ochenta estuvo marcada por la diversidad de líneas en materia de investigación en comunicaciones, destacando prensa y cultura popular, la democratización de las comunicaciones, el consumo cultural, los bienes culturales, el consumo masivo, reflexiones sobre identidad cultural y de las industrias culturales en el contexto de los procesos de globalización y regionalización. Nombres de investigadores como Guillermo Sunkel, José Joaquín Brunner, Carlos Catalán, provenientes de la sociología, además de Valerio Fuenzalida, son claves en ese momento.

Si bien en los ochenta hubo algunas investigaciones realizadas al alero de Oenegés, con el gran aporte de la tendencia que marcaron Fuenzalida y Hermosilla a partir de la recepción activa, los estudios de audiencia y recepción comenzaron a proliferar en Chile recién en los años noventa, coincidiendo con el retorno a la democracia, el fin de la censura, el crecimiento de la educación superior privada –con el consiguiente aumento de escuelas de periodismo y/o comunicación–, y la emergencia de los canales privados de televisión abierta, surgiendo estudios de audiencias al interior de los canales, cuyo objetivo era analizar el *rating* proporcionado por el *People Meter*.⁴

El nacimiento de agencias privadas que realizan estudios con fines publicitarios, ocurre en paralelo, mientras que la producción de estudios desde el Estado, en los noventa, destaca la tarea del Consejo Nacional de Televisión (CNTV). La Subsecretaría de Comunicaciones (SUBTEL) y la Secretaría General de Gobierno (SEGEGOB), durante los gobiernos de la Concertación de Partidos por la Democracia (1990-2010), también realizaron estudios de audiencias. Fuenzalida (2006) destaca que la gestión de José Joaquín Brunner y Carlos Catalán (1990-1994) en el CNTV impulsó variados estudios sobre la TV.

Una década de estudios 2000-2010

Desde los noventa, en algunos casos, y desde la década de 2000 en otros, surgen espacios o núcleos de investigación en medios en algunas universi-

⁴ Sistema de medición electrónica de sintonía televisiva instalado en 1992 contratado por Anatel –Asociación de canales de televisión abierta– y ACHAP –Asociación de agencias de publicidad–, licitado a la empresa chileno-brasileña Time-Ibope.

dades. Entre ellos, el Centro de Investigaciones de Periodismo y Publicidad (Universidad Diego Portales); Mediática (Universidad del Desarrollo) y el Centro de Investigaciones Sociales de la Universidad ARCIS, que tuvo una importante producción de investigación y publicaciones entre 1996 y 2001, en el marco del Programa Comunicación y Cultura. A partir de la primera década de 2000 el tema de las audiencias y la recepción comienza a ser relevante en las universidades, y algunas entidades académicas se abren a la investigación vinculada a las audiencias. Surge el Instituto de Estudios Mediales, IEM, en la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica, donde destacan dos libros de Fuenzalida: *Televisión Abierta y Audiencia en América Latina* (2002) y *Expectativas Educativas de las Audiencias Televisivas* (2005).

A lo anterior se suma el Centro de Estudios de Comunicación de la Universidad de Chile, en el Instituto de la Comunicación e Imagen. Las investigaciones del Centro comienzan a vislumbrarse en distintas líneas, incluyendo temas relacionados con la recepción en estudios de carácter mixto, realizados por académicos. Este plantel, no obstante, no se vincula al tema de las agencias privadas ni públicas en estudios de audiencias, sino que desarrolla investigación con financiamiento de fondos públicos. Destacan investigadores como Cristián Cabalin, Rafael del Villar y Bernardo Amigo.

De esta forma, la primera década del 2000 comienza a mostrar un aumento en la producción de investigaciones referidas a la recepción tanto a nivel de los estudiantes de pregrado como las primeras investigaciones de largo aliento, varias de ellas apoyadas por el Estado a través del Fondo Nacional de Ciencias y Tecnología (Fondecyt). Este período acumula un total de 23 investigaciones de magíster y académicos, conformando un promedio de 2,3 investigaciones al año.

Al revisar el total de estudios de este segmento por modelo teórico, observamos que es preponderante el uso del Análisis de la recepción, con nueve investigaciones, es decir, un 39%. También encontramos estudios mixtos, que se refieren a trabajos convergentes, alejados de las tradiciones latinoamericanas, con énfasis en las perspectivas sociodiscursiva y socioantropológica, desarrolladas por Bernardo Amigo, e investigaciones que se centran en la semiótica, abordadas por Rafael del Villar.

Por otro lado, observamos que la televisión es lo que más interesa a académicos y tesis de magíster, puesto que un 57% de las investigaciones se refirieron al estudio de la recepción de ésta, la cual es seguida de lejos por los medios en general, con 22%. Como podemos observar, el panorama de la investigación es diverso, pero escaso.

En el terreno del apoyo estatal, y tras el análisis de las temáticas de los proyectos adjudicados por el Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tec-

nológico (Fondecyt), sólo un reducido porcentaje podría catalogarse como un estudio de recepción o análisis de consumo cultural. En los últimos catorce años se han apoyado proyectos con énfasis en la recepción televisiva infantil y adolescente, de telediaros y en tecnologías de la información. La realidad numérica indica que el Estado chileno ha aprobado desde 1982 algo más de una treintena de estudios en el área de la comunicación y medios (representa menos del 1% de los proyectos Fondecyt), de los cuales se distinguen notoriamente las líneas investigativas que abordan la historia de la prensa, los orígenes de la sociedad de masas, el lenguaje audiovisual o diseño de nuevas tecnologías de la información. No obstante, predominan en la academia los estudios de carácter semiótico-lingüístico (cuyas fuentes vienen de la lingüística), aunque puede también visualizarse otra tendencia socio-antropológica. Si bien la academia chilena desarrolla una variedad de perspectivas teóricas, la pregunta por los efectos y los impactos, en el caso de la televisión, siguen siendo recurrentes, así como Internet, canales situados hoy como los principales medios estudiados.

La otra mirada, la de las consultoras o canales de televisión, impulsa estudios de carácter sociológico y con fuerte énfasis en los estudios monomediáticos (Chaparro, 2003). Se trata de empresas contratadas para hacer seguimientos sobre hábitos de lectoría de prensa escrita y mediciones de sintonía en radio y televisión, sin integración y con escasa reflexión a propósito del consumo cultural.

Estudios de pregrado: panorama de seminarios de título y tesis

Una primera aproximación, como mencionamos, en la búsqueda final de mapear los estudios de recepción, considero las escuelas de periodismo y/o comunicación de las regiones V, X y Metropolitana en el período comprendido entre 1995 y 2005, respecto a la producción de tesis de pre y postgrado⁵ (Galarce *et al.* 2005). De las 36 universidades existentes al 2005, se seleccionaron diez con catálogo *on line* para trabajar el periodo 1995-2005, con la producción de 2.243 tesis, de las cuales, por las características de su título, 32 correspondían a estudios de recepción en diez universidades: Universidad Academia de Humanismo Cristiano, Universidad Andrés Bello, Universidad Austral de Chile, Universidad de Artes y Ciencias Sociales, Universidad de Chile, Universidad de Playa Ancha, Universidad del Desarrollo, Universidad

5 Galarce, Antonella; Fraga, Mariano; Araya, Natalia; Escobar, Roberto. "Panorama de los Estudios de Recepción en las Escuelas de Periodismo y/o Comunicación de las regiones V, X y Metropolitana (1995-2005)". Seminario para optar al título de Licenciado en Comunicación social, Escuela de Periodismo Universidad de Chile, 2005. Prof. Guía: Mónica Villarroel M.

Diego Portales, Universidad de Viña del Mar, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (estas dos últimas no presentan tesis correspondientes a estudios de recepción en el periodo estudiado). De los 32 títulos seleccionados, una vez revisados los textos, el corpus se redujo a 16.

Según este estudio, desde el año 2000 en adelante, la producción de tesis pre y post grado se ha multiplicado: mientras que desde 1995 a 1999 sólo se encontraron cinco tesis correspondientes a recepción, desde 2000 a 2004, se registraron once textos, lo que significa un aumento del interés académico por este tipo de estudios a partir del 2000. No obstante, el número total representaba apenas el 0,65% del total de la producción de tesis de pregrado en escuelas de periodismo y/o comunicación dentro del periodo 2000 – 2005 en las diez universidades estudiadas.

Al actualizar los resultados de este panorama de los estudios de recepción de pregrado, incluyendo la Universidad de la Frontera, de la Novena Región, contabilizamos 45 tesis desde 1995 a 2010.

Si nos concentramos en la última década (2000-2010) apreciamos un periodo marcado por un mayor interés por los estudios de recepción con 37 tesis, realizadas principalmente en las escuelas de comunicación, y por una preocupación por los temas surgidos de las nuevas tecnologías, donde las distintas posibilidades de Internet van a la vanguardia con una leve preponderancia del modelo de Usos y gratificaciones desde la investigación de la academia. Durante la primera mitad de la década vemos que la mayoría de los estudios son enfocados en la televisión y en la radio, lo que se condice con el alto consumo de medios de comunicación de la población chilena. Según el Consejo de la Cultura y las Artes (CNCA) y el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), “el 89% de la población escucha radio (en una semana), mientras que el 80% ve televisión todos los días” (CNCA e INE, 2009:31).

Junto con esto, en el segundo periodo, los estudios de recepción han abordado los nuevos hábitos culturales de la población chilena, relacionándolos con las nuevas tecnologías y con la web, registrando ocho primeros estudios en el período 2005-2010, sobrepasando ampliamente a la radio (una tesis) y quedando a la par de la televisión (nueve investigaciones).

En cuanto a los modelos teóricos, encontramos una preponderancia del modelo de Usos y gratificaciones, principalmente dado por la focalización de esta perspectiva por parte de la Universidad Diego Portales durante la primera parte de la década, lo cual se tiende a equipar con el modelo de Análisis de recepción al concluir el periodo. El tercer lugar lo ocupa el modelo de la Teoría de los efectos.

Consumo cultural, audiencias y Estado en la década de 2000

La perspectiva de los estudios de audiencia y consumo cultural, también han tenido un desarrollo y una presencia vinculada a instituciones estatales en la década de 2000. Si bien el tema del consumo cultural ha sido abordado por estudios desarrollados desde el Estado, éstos son orientados a una línea cuantitativa. El Instituto Nacional de Estadísticas, INE, y el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes han realizado dos versiones de la Encuesta Nacional de Consumo Cultural (2004/2005 y 2009).

Por otra parte, el Consejo Nacional de Televisión continúa desarrollando un trabajo de investigación con audiencias específicas. En 2009 por ejemplo, destacan estudios vinculados a televisión y jóvenes, estudios sobre audiencias específicas como adultos mayores. De acuerdo al informe de Obitel-Chile (Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva 2010), se han producido cambios de hábitos en las audiencias televisivas. El espacio tradicional de la telenovela nacional en televisión abierta, por ejemplo, a las 20 horas, ha perdido un 20% de audiencia, siendo este porcentaje constituido por menores de treinta años. El estudio señala que el grupo que se mantiene es el C1-C2, es decir, la televisión abierta se queda con gente mayor de estratos medios. Cabe preguntarse entonces cómo las telenovelas van a adaptarse a los estratos populares y de mayor edad. La ficción es el género que tiene el mayor porcentaje de horas de programación y el segundo con mayor audiencia, aunque el horario tradicional de teleseries ha perdido audiencia y la opción por consumir ficción a las 22 horas se consolidó.

Mirando hacia el futuro

Los avances tecnológicos han fortalecido el lugar del receptor frente a los medios. Aunque la televisión sigue siendo el medio masivo por excelencia y logre aún grandes niveles de sintonía en algunos eventos (*realitys*, partidos de fútbol), su apropiación por parte del público ha variado. La masificación del consumo de este medio por el sistema de cable o satelital y las posibilidades del sistema *on demand*, transformarán las audiencias y la forma de estudiarlas.

Lo mismo podemos aventurar ocurrirá con los investigadores, situación que comenzamos a apreciar en el último quinquenio. El uso de Internet y multimedia se observan como el nuevo centro de interés de las nuevas generaciones de tesis universitarias, quienes desde su adolescencia se vinculan naturalmente con videojuegos, *facebook*, *blogs*, *blackberrys* o *Ipod*.

La individualización de las audiencias a través del enfoque etnográfico o micro-sociológico asoma como una seria alternativa. La “masa” en la actua-

lidad es interactiva, autónoma, globalizada, en términos de García Canclini (1999), des-territorializada y también re-territorializada. Su carácter fragmentario alimenta novedosos contenidos mediales. Cabe preguntarse aquí por el fenómeno de los video-juegos, focalizados en niños y jóvenes, que se ven en el hogar, pero también en teléfonos celulares, o sea, espacios móviles, donde la interactividad y la operatividad generan un proceso de recepción que adquiere características distintas.

En otra perspectiva, distinguíamos procesos de interculturalidad y flujos de personas mucho más visibilizados, como ha ocurrido con la fuerte migración peruana en los años recientes, incluyendo también aquí desigualdades en el acceso a los productos de la industria cultural. Nos enfrentamos además a un interesante crecimiento de la producción audiovisual local, lo que significa la circulación de imágenes que superan la unidireccionalidad de aquellas producidas por las *majors*, proponiendo al espectador nuevas fuentes para la construcción de procesos identitarios.

Terminando la primera década del siglo XXI, a partir de 2009, Chile adoptó la norma de televisión digital japonesa y se visualizaban nuevos formatos televisivos adaptados a espacios móviles (automóviles, buses, teléfonos celulares), con procesos de recepción que trascienden el espacio privilegiado del hogar. Al mismo tiempo, se observaban situaciones en que la TV es parte del escenario, como el metro (tren subterráneo), los consultorios, los aeropuertos, es decir, los “no-lugares”, en términos de Augé (2004), temas aún no estudiados en nuestro país.

Conclusiones

A partir de la revisión de los antecedentes proporcionados por los investigadores de 11 países latinoamericanos coordinados por la académica brasilera Nilda Jacks, se dio cuenta de un panorama general sobre los estudios de recepción en América Latina durante la década 2000-2010.

El estado del arte se expresa en un nuevo contexto donde Guillermo Orozco apunta que las audiencias estudiadas muestran la coexistencia entre espectadores pasivos y consumidores activos o “comunicantes”. Por ello, se hace necesario establecer mediaciones, esta vez digitales, considerando que han surgido nuevas relaciones sociales y modos de interacción a partir del desarrollo de los medios, tal como lo expresa V. de Lopes.

Por otro lado, al realizar una comparación de los datos entregados por cada equipo investigador local, observamos que México y Brasil concentran el 70% de los estudios, mientras Chile ocupa el cuarto lugar con 9%. Asimismo-

mo, vemos que los enfoques de Análisis de recepción y Estudios culturales son los más utilizados, mientras la televisión es el objeto preferido por los investigadores del territorio con prácticamente la mitad de menciones. Finalmente, exceptuando la categoría “Otro”, el público en general y los jóvenes son las audiencias más estudiadas.

Al comenzar una nueva década, los incesantes cambios tecnológicos plantean desafíos para los investigadores que en el lustro 2005-2010 ya comenzaron a mostrar su interés por Internet y la multimedia. Los estudios de recepción tendrán que tener en cuenta a los nuevos individuos y las relaciones que se establecen tanto desde el hogar como desde los no-lugares.

Para superar la mirada sobre la investigación de la recepción enfocada sólo a los efectos de los medios y su consecuente manipulación de los sujetos, Guillermo Orozco (2011) propone reconocer la centralidad de lo comunicativo y su relación específica con el poder, la cual se debe analizar desde el nivel estructural, político-mercantil, el cual se caracteriza por la centralidad de los medios y la tecnología; desde un análisis interpersonal donde el poder conecta con lo emocional de las audiencias y desde una dimensión racional, combinación necesaria para ejercer la ciudadanía.

En relación al panorama general de los estudios de recepción en América Latina en la década de 2000, Orozco resalta el desinterés de los investigadores latinoamericanos por los estudios empíricos sobre violencia y comunicación, los cuales no tendrían relación con la producción de ficción que se realiza en el territorio ni con la realidad social. Algo similar ocurre acerca del “posible efecto perverso de los videojuegos” en la infancia y en la adolescencia, temática que aún no ha sido suficientemente abordada. Respecto de las ciudadanías, el investigador mexicano destaca la vigencia de la *agenda-setting* con investigación relevante, con la novedad que se estudian “ciudadanos de ficción”, que encarnan maneras y creencias, sentimientos y aspiraciones en situaciones específicas que muestran cómo se involucra todo eso. Finalmente, señala que los estudios, de manera general en el continente, deberían preguntarse por lo que se visibiliza en los medios, en especial la televisión y la publicidad, y sobre aquello que es omitido.

Recogiendo el planteamiento de Martín-Barbero, Maria Immacolata V. de Lopes resalta que este cuestionamiento a las nuevas tecnologías de la comunicación obliga a analizar de qué manera están siendo remodeladas las identidades culturales. En una reflexión epistemológica, comprender la recepción hoy significa entender los cambios y que el escenario actual es el de una recepción “transmediática” (Lopes, 2011: 412).

Bibliografía

- AUGÉ, Marc
2004 *Los no lugares. Espacios del anonimato*. Barcelona: Gedisa.
- CNCA
2009 “Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural 2009. Síntesis descriptiva”. Unidad de Estudios y Documentación Departamento de Planificación y Estudios. Consejo de la Cultura y las Artes de Chile.
- CHAPARRO, Matías
2003 *Conocer las audiencias. La investigación del consumo de medios de comunicación en Chile*. Santiago de Chile: Ediciones Universidad del Desarrollo.
- DITTUS, Rubén
2008 *Cartografía de los Estudios Mediales en Chile*. Concepción: Universidad Católica de la Santísima Concepción.
- FUENZALIDA, Valerio
2006 “Estudios de audiencia y recepción en Chile”, *Revista Diálogos de la Comunicación*, 73, pp. 44-55.
2004 “Estudios de Audiencia y Recepción en Chile”. *Boletín Alaic*, N° 20, 2004 <<http://www.eca.usp.br/alaic/boletim20/valeriof.htm>> [01/03/2010]
- FUENZALIDA, Valerio y JULIO, Pablo (coord.)
2010 *Informe Obitel-Chile 2010: la audiencia escoge la información*. Santiago: PUC.
- GALARCE, Antonella et al.
2005 “Panorama de los Estudios de Recepción en las Escuelas de Periodismo y/o Comunicación de las regiones V, X y Metropolitana (1995-2005)”. Seminario para optar al título de Licenciado en Comunicación social, Escuela de Periodismo Universidad de Chile.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor
2005 *Diferentes, desiguales y desconectados*. Barcelona: Gedisa.
2001 *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Barcelona: Paidós.
1999 *La Globalización Imaginada*. Buenos Aires: Paidós.
1999 *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro: editora da UFRJ (1995).
- JACKS, Nilda (coord.)
2011 *Análisis de recepción en América Latina: Un recuento histórico con perspectivas al futuro*. Quito: Ciespal.

LOPES, Maria Immacolata V. de

- 2011 “Uma agenda metodológica presente para a pesquisa de recepção na América Latina”. En Nilda Jacks (coord.) 2011 *Análisis de recepción en América Latina: Un recuento histórico con perspectivas al futuro*. Quito: Ciespal. pp 409-427.

MARTÍN-BARBERO, Jesús

- 2009 “Entre saberes desechables y saberes indispensables”. Bogotá, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, Documento de trabajo.
- 2003 *De los medios a las mediaciones*. Bogotá: Andrés Bello
- 2002 *Oficio de Cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Santiago: Fondo de Cultura Económica.

OROZCO, Guillermo

- 2011 “Hacia una agenda Latinoamericana”. En Nilda Jacks (coord.) 2011 *Análisis de recepción en América Latina: Un recuento histórico con perspectivas al futuro*. Quito: Ciespal. pp 377-406
- 1995 *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. La Plata: Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad de la Plata, Argentina.

SUNKEL, Guillermo (edit.)

- 1999 *El Consumo Cultural en América Latina*. Bogotá: CAB, 1999.

VILLARROEL, Mónica; ANDRADA, Pablo; DITTUS, Rubén

- 2011 “Chile: Posibilidades y certezas de una geografía incierta”. En Nilda Jacks (org) *Análisis de recepción en América Latina: Un recuento histórico con perspectivas al futuro*. Quito: Ciespal, pp. 103-130.