



Análisis de recepción en América Latina:

un recuento histórico con perspectivas al futuro

Organización: NILDA JACKS (coordinadora/editora),
AMPARO MARROQUIN, MÓNICA VILLARROEL
Y NATALIA FERRANTE



Quito - Ecuador
2011

Análisis de recepción en América Latina:
un recuento histórico con perspectivas al futuro

Organización:

Nilda Jacks (coordinadora/editora)
Amparo Marroquin
Mónica Villarroel
Natália Ferrante

ISBN: 978-9978-55-089-2
Código de barras: 978-9978-55-089-2
Registro derecho autoral: 035914

Portada y Diagramación
Diego Acevedo

Impresión
Editorial "Quipus", CIESPAL
Quito-Ecuador

Los textos que se publican son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Índice

Introducción	9
Nilda Jacks/ UFRGS	
Discurso de apertura	13
De la “recepción” al “consumo”: una necesaria reflexión conceptual	
Fernando Checa Montúfar/ CIESPAL	
Parte I	19
Miradas desde lo nacional	
Argentina	21
La recepción no alcanzó: aportes para pensar una nueva agenda de comunicación	
Bolivia	45
El mundo real re-interpretado en los estudios de audiencia bolivianos	
Brasil	69
Pesquisa sobre audiências midiáticas no Brasil: primórdios, consolidação e novos desafios	
Chile	103
Chile: posibilidades y certezas de una geografía incierta	

Colombia	131
Los estudios de recepción en Colombia: De las mediaciones -otra vez- a los medios	
Ecuador	167
Ecuador: un análisis de los estudios de recepción a inicios del siglo XXI	
El Salvador	205
Así en El Salvador, como en Centroamérica: las audiencias invisibles	
México	227
México: la investigación de la recepción y sus audiencias. Hallazgos recientes y perspectivas	
Puerto Rico	267
Los estudios de recepción: una necesidad en la agenda de la investigación en comunicación en Puerto Rico	
Uruguay	299
Enfoques de la recepción en el Uruguay	
Venezuela	331
Estudios académicos venezolanos sobre recepción y audiencias en medios de comunicación	
Una experiencia peruana	353
¿Receptores o Ciudadanos? Investigar desde la acción transformadora	

Parte II	375
Hacia una agenda Latinoamericana	
La condición comunicacional contemporánea. Desafíos latinoamericanos de la investigación de las interacciones en la sociedad red Guillermo Orozco	377
Una agenda metodológica presente para a pesquisa de recepção na América Latina Maria Immacolata V. de Lopes	409
Audiencias y recepción en América Latina Valerio Fuenzalida	429
Reubicando el campo de las audiencias en el descampado de la mutación cultural Jesus Martín- Barbero	451
Los Autores	463

Ecuador

Ecuador: un análisis de los estudios de recepción a inicios del siglo XXI

Betty Basantes Borja
Ruth Herrera Talbot
Pamela J. Cruz

Ecuador es uno de los países latinoamericanos donde se está produciendo estudios de recepción, como lo registra este análisis a 45 tesis y a 18 investigaciones publicadas en papel o en internet. A diferencia de otros países latinoamericanos, donde el surgimiento de los trabajos académicos de recepción y audiencias se dio en la década de los 80, el país continúa sin conocer cuándo nació el interés por este campo de la investigación de la comunicación.

Sin embargo, este artículo da pistas numéricas y temáticas de lo trabajado en ese periodo y, al ampliar la información dada en el primer diagnóstico (Checa, 2006) que recogió algunas investigaciones entre 1995 y 2004, evidencia que el interés por la recepción está vigente aunque, por el momento, la difusión de los resultados, que son más empíricos que teórico- metodológico, no se ha institucionalizado.

1. Antecedentes históricos de la profesionalización en comunicación

La evolución de los medios de comunicación motivó la formación de profesionales a partir de los años 1943 y 1944 con los primeros

Cursos Libres de Periodismo en Quito, en los ciclos de Extensión Cultural de la Universidad Central, con el apoyo de diario *El Comercio*. Dichos cursos impulsaron la creación en 1945 de la Escuela de Periodismo, adscrita a la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación, con un plan humanístico que, poco más tarde, se conjugaría con los aspectos técnicos.

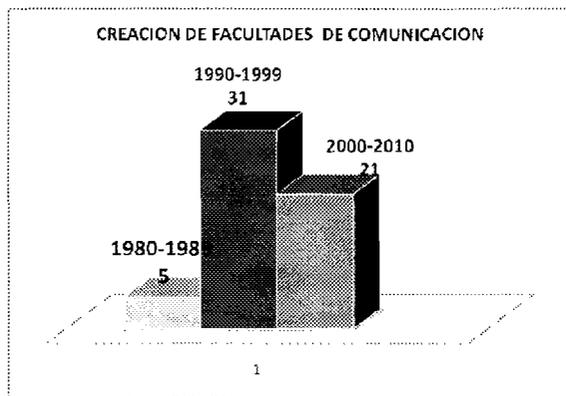
En 1963 se independiza de esa facultad y cambia su nombre por el de Escuela de Ciencias de la Información; bajo la influencia del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, CIESPAL, reestructura su pensum en torno a los medios mecánico-electrónicos. El mercado ocupacional para los comunicadores se amplía considerablemente, tanto en la esfera gubernamental como en la privada; se empieza a requerir relacionadores públicos, investigadores de la comunicación, publicistas y mayor número de periodistas para radio, televisión y prensa escrita.

En 1985 se transforma en Facultad de Comunicación Social (FACSO), inaugura las especialidades de Prensa, Radio, Televisión, Relaciones Públicas e Investigación (Pereira, 1999). Esta facultad mantuvo por 62 años únicamente la modalidad presencial; desde el 2008 ha implementado las modalidades semi-presencial y a distancia, en pregrado y posgrado (Facso, 2008).

La Universidad Central del Ecuador se convirtió en 1945 en pionera de la profesionalización de los comunicadores en el país; posteriormente, la Universidad de Guayaquil siguió el ejemplo con la apertura de su Escuela de Periodismo en 1947. Por otra parte, se faculta al sector privado la creación de universidades, mediante decreto presidencial expedido por Velasco Ibarra en 1946 durante su segundo mandato; a partir de entonces, el creciente número de universidades públicas y privadas ha traído consigo una ampliación de la oferta en esta rama del quehacer social.

En la actualidad, las universidades del país cuentan con una oferta de 243 carreras en distintas especialidades de la comunicación social, entre las modalidades a distancia, presencial, y semi-presencial (Conesup, 2010).

Gráfico 1



Fuente: www.conesup.edu.ec

2. Los estudios de recepción en el siglo XX

El surgimiento de los estudios de recepción y audiencias con interés académico se inicia en la década de los 80 en la mayoría de países latinoamericanos. En Ecuador no hay datos que den cuenta de estos trabajos elaborados dentro o fuera de la academia durante los años 80 y 90. El primer informe sobre el tema es el presentado por Fernando Checa en 2006, correspondiente a la etapa anterior de esta misma “saga” coordinada por Nilda Jacks, que analiza algunas investigaciones publicadas entre 2000 y 2004.¹

-
- 1 Trabajos de: Wong (1999), trabajo sobre el pasillo y la construcción de la identidad de los ecuatorianos; Cerbino, Chiriboga y Tutivén (2000), investigación sobre producción y consumo de símbolos y construcción de identidad en jóvenes guayaquileños; Oquendo (2002) estudio sobre la relación de niños de dos estratos socioeconómicos diferentes, con la televisión; Jaramillo (2002), estudio con estudiantes de bachillerato de Quito, Guayaquil y Puyo sobre las percepciones de textos oficiales relacionados con el conflicto limítrofe que mantenían

Cabe señalar que los ficheros manuales y electrónicos de las bibliotecas universitarias registran la producción de tales estudios en esas décadas, pero no se ha elaborado un estado del arte de los mismos; solamente en la Facultad de Comunicación de la Universidad Central de Quito se ha verificado la existencia de por lo menos 25 títulos de tesis claramente identificables como estudios de recepción correspondientes a la década de los 90, y otros no cuantificados en las décadas anteriores. Los temas más abordados en esas tesis no sistematizadas son, en primer lugar, el estudio de recepción en niños y adolescentes, seguido por la recepción ciudadana sobre discursos, propaganda o información política; en tercer lugar, los trabajos sobre género, y por último temas variados.

La falta de un estado de la cuestión en las décadas señaladas tiene, entre otras, las siguientes causas:

La investigación de la comunicación en el país tuvo un contexto político, económico y académico poco favorable. La plena vigencia del neoliberalismo y el consiguiente retiro del Estado influyeron decisivamente en la comunicación. En ese marco del “dejar hacer y dejar pasar”, las empresas mediáticas, bajo una supuesta capacidad de autocritica y autorregulación, han mantenido una oferta programática articulada a sus intereses económicos y a sus fidelidades ideológicas, preocupándose por las mediciones de *rating* para establecer precios diferenciados en la publicidad, y no con el propósito de reestructurar su programación ajustándose a las demandas de sus audiencias.

Otra limitación ha constituido la dificultad de acceso a la información. Las empresas privadas mantienen la potestad sobre sus bases de datos, impidiendo su acceso a quienes las solicitan.

Ecuador y Perú; Checa (2003) analiza percepciones, usos y valoraciones entre consumidores y no consumidores de la prensa Sensacionalista; Cerbino (2002, 2004), estudio con jóvenes ex pandilleros y pandilleros de Quito, Guayaquil y Cuenca; Gallegos (2004) analiza el fenómeno metalero en Quito; Santillán y Ramírez (2004) sobre la producción, circulación y consumo de la techno-cumbia.

Las instituciones públicas tampoco han facilitado información argumentando no contar con archivos completos o debidamente sistematizados.

Académicamente, una deficitaria formación en investigación científica afecta al conjunto de la universidad ecuatoriana, como lo señala el informe 2009 del Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación, CONEA, que en referencia a la formación investigativa identifica un elevado número de universidades -41 por ciento- que presenta una completa ausencia de proyectos de investigación, y apenas un 25 por ciento que vincula a profesores y estudiantes en investigaciones.

Se suma a este desfavorable contexto el escaso financiamiento que ha tenido en el país la investigación en general. El presupuesto asignado para Ciencia y Tecnología se ha mantenido en el 0.06 por ciento del PIB, porcentaje muy inferior al promedio latinoamericano de 0.61 por ciento, y ni qué decir con respecto a la inversión del 3.1 por ciento en Japón, el 2.7 por ciento en los Estados Unidos, o el 1.9 por ciento en Europa.²

3. Los estudios de recepción en los años 2000³

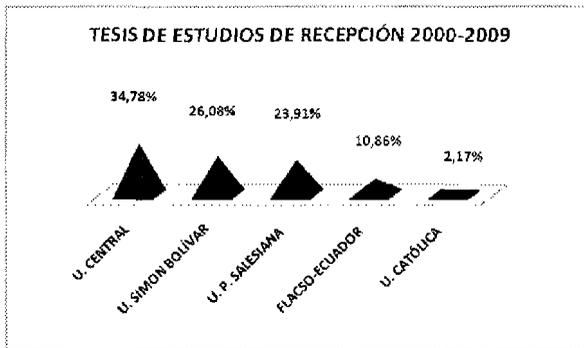
La ausencia de un estado de la cuestión sobre estudios de recepción y audiencias en el país no permite establecer comparaciones de perspectivas teóricas y temas abordados en décadas anteriores con los trabajos analizados en esta etapa, por

-
- 2 El gobierno de Rafael Correa ha incrementado la inversión en Ciencia y Tecnología al 0,44 por ciento del PIB, aunque todavía no llega a la media regional, priorizando el financiamiento de investigaciones en ciencias de la vida, ambiente, energía, fomento agropecuario y agricultura sostenible y recursos naturales, y las TICs en el área de comunicación; así como en capacitación del talento humano a través de becas y crédito educativo, paso fundamental para alcanzar un modelo de desarrollo endógeno y la salida de la dependencia.
 - 3 Las tesis de 2010 están en proceso de registro en las bibliotecas de las universidades estudiadas, por ello se procesaron hasta diciembre del 2009.

ello, se ha incluido tesis de maestría y también de pregrado, con la finalidad de presentar una panorámica que muestre el mayor número de referentes sobre el tema.

La recopilación y la sistematización de tesis de tercero y cuarto nivel de los años 2000 se realizaron en algunas facultades de comunicación de universidades de Quito.⁴ Como lo registra el gráfico a continuación, el 48 por ciento corresponde a tesis de maestría y el 52 por ciento a tesis de licenciatura. Quedamos en deuda con las otras ciudades del país.

Gráfico2



Fuente: universidades del país.

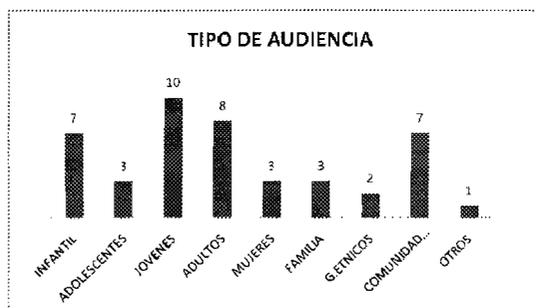
Estudios de recepción con investigación de campo

Los trabajos revisados ven a las audiencias como sujetos sociales complejos y diversos, quienes responden a múltiples mediaciones del entorno; indagan qué producen los medios y su recepción, toman en cuenta elementos estructurales y subjetivos. Se trata de una compleja y rica cantera, con audiencias diversas, y,

4 En la UCE se encontró 1.140 tesis desde su creación hasta 2009, de éstas 16 son de recepción; la PUCE tiene 21 tesis en comunicación, una es de recepción; la UPS-Quito cuenta con 395 tesis en comunicación, 11 son de recepción; FLACSO-Ecuador tienen 568 tesis desde su creación, cinco son de recepción; y la UASB tiene 748 tesis, 12 son estudios de recepción, del periodo 2000-2009.

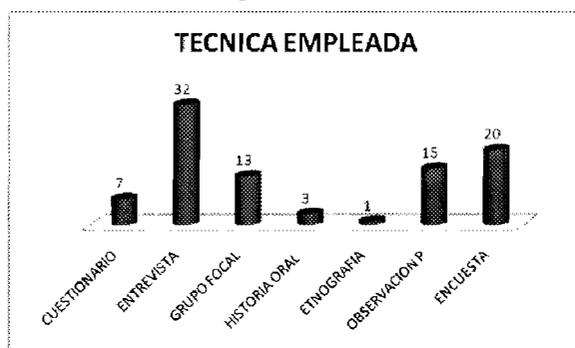
dependiendo del tema, algunas investigaciones articulan los estudios de recepción con múltiples disciplinas.

Gráfico 3



Las autoras y los autores⁵ se inclinan por técnicas cualitativas -que incursionan etnográfica o micro-sociológicamente en las audiencias de cada uno de los trabajos-, entre estas técnicas se encuentran: la entrevista a profundidad, grupos focales, testimonios, observación participante, historias de vida, bitácora de campo, análisis socio semiótico y de multi-lenguaje; sin embargo, también incluyen datos cuantitativos para reforzar los resultados obtenidos.

Gráfico 4



5 Se encuentra mayor participación de mujeres con el 73 por ciento y de hombres con el 27 por ciento. Se evidencia una fuerte tendencia femenina en la investigación de estudios de recepción.

La constitución de la muestra es, predominantemente, de tipo no probabilístico y de elección aleatoria, aplicada a grupos específicos.

Respecto del modelo teórico, se ha constatado que, ni el medio analizado, ni el contexto de la investigación han sido determinantes en la perspectiva empleada. En su mayoría se encuentran trabajos orientados por el modelo de análisis de recepción y por teoría de los efectos, seguidos por el enfoque de usos y gratificaciones y por los estudios culturales.

Ha sido complejo encontrar la columna vertebral de este trabajo, sin embargo, se agruparon los diferentes estudios por temáticas.

Los medios tradicionales en la cotidianidad

La radio acompaña durante varias horas las jornadas cotidianas de sus audiencias, llegando a generar identidad y simpatía. Molina (2004) analiza la programación de algunas emisoras populares de Quito y su recepción por parte de los conductores de transporte público de la ciudad, verifica un alto promedio -nueve horas- de consumo radial continuo, llegando a generar vínculos de afinidad, casi de familiaridad con los locutores, así como una identificación con las emisoras radiales de su sintonía. La radio “[pone] en escena para el consumo: mensajes, ideas, opiniones, imaginarios, puntos de vista etcétera. Con sus ondas sonoras ‘disemina’ significados y significaciones a su ‘audiencia’” (p.p. 6,7), quien se encarga de reelaborarlos.

Con el mismo enfoque de análisis de recepción, Carpio (2006) verifica que, sobre la propuesta de los emisores, los oyentes fabrican sentidos más complejos, reelaboran los significados a partir del bagaje socio-cultural, del conocimiento de cada oyente.

Muñoz (2002), por su parte, sustentado en la teoría de los efectos, confirma que la elevada exposición radial en niños y niñas

contribuye al consumismo y a comportamientos que reproducen la sociedad de mercado, mientras desincentiva la estructuración de una verdadera identidad social.

En la línea de orientación al público, estudios con la perspectiva de usos y gratificaciones, como el realizado por Carvajal (2002), a partir del análisis de un programa radial que fue emitido en Esmeraldas durante el fenómeno de El Niño 1997-1998, encuentra que los receptores ven en la radio el medio más eficaz para orientar a la población en momentos de emergencia por desastres naturales, proporcionándoles orientaciones precisas para actuar sobre el terreno de los hechos de manera que se minimicen los efectos negativos.

Igualmente, Guevara y Vega (2003), al analizar el uso infantil del radio-cuento en la enseñanza del manejo de desechos en la Isla Santa Cruz de Galápagos, reconocen el rol fundamental de la radio en la protección del ecosistema, comprobando que el uso del lenguaje local constituye un importante recurso para asegurar la identificación con el público y la construcción de aprendizajes significativos.

En relación al uso cotidiano de la televisión y su influencia en las comunidades étnicas, Ruiz y Arellano (2003) evidencian que este medio influye decisivamente en la pérdida de rasgos sustanciales en las nuevas generaciones de las culturas ancestrales, como se muestra en una comunidad Shuar del Oriente ecuatoriano. La programación televisiva ha provocado, entre los jóvenes, un desplazamiento de visiones, valores, hábitos y vestimenta propios, anulando los significados de las expresiones culturales; ha transformado los espacios de socialización, y se ha llegado, incluso, a declinar el aprendizaje de su lengua natal.

En un estudio de caso, Gonzales (2001) se interesa por las dimensiones ética e intercultural de la parrilla de los canales de

televisión locales, en una ciudad cuya población está compuesta por indígenas y mestizos, en similares proporciones, evidencia que su programación no contribuye al diálogo intercultural, por el contrario, favorece la reproducción de prejuicios y la des-substancialización de la otra cultura.

La telenovela es un género televisivo que convoca grandes audiencias. Sendos estudios de recepción desde la perspectiva de usos y gratificaciones los realizan Cueva, Terán Viteri, Villalba y Delgado.

El éxito de la telenovela entre variadas audiencias, señala Cueva (2002), se debe a su texto multifacético y multi-situacional que retrata a personas de toda edad y condición socioeconómica; además es polisémica, lo cual permite que los diferentes consumidores construyan sus propios sentidos y le den diversa utilidad. Una constante que encuentra Cueva en los distintos grupos de receptores es la tendencia a relacionar su propia experiencia, o la de personas cercanas, con lo escenificado en la pantalla, existiendo en ello una mezcla de lo imaginado, lo evocado o lo deseado, con la realidad.

La telenovela con su compleja estructura narrativa construye un relato poco lineal, donde se articulan historias paralelas a la trama principal, simulando la estructura de la vida, señala Terán Viteri (2003), y agrega que, ligadas a la cotidianidad encarnan muchas posibilidades humanas, como la desigualdad de género, los nuevos roles, el goce, el triunfo, el sufrimiento, el fracaso; estas situaciones y emociones son compartidas o rechazadas desde la individualidad de cada receptor.

Manifiesta que las telenovelas son una nueva versión de la comunicación directa, una alternativa a la necesidad social de contacto comunicativo; el discurso de la telenovela conserva como interlocutor a un sujeto-entidad con el mismo horizonte de

cotidianidad que el receptor. Las audiencias les atribuyen diferentes funciones: sirven como relax y escape, proporcionan conocimiento sobre relaciones humanas y valores, así como puntos de reflexión sobre la vida, además cubren carencias y abandonos afectivos.

Para Villalba (2004), la regla primordial de la telenovela es reproducir un conjunto de estereotipos fáciles de reconocer, logrando así la sencilla asimilación del espectador. Registra que, paralelamente a la estructuración de estereotipos sociales, las telenovelas llegan a generar pérdida de valores y una moral que se ajusta a las necesidades, sintonizando con la búsqueda permanente del placer y la satisfacción personal.

Delgado (2006) anota que la mayor preferencia por este género se da entre las mujeres. Su fuerte influencia origina estereotipos, estilos de vestir y de vivir, creando uniformidad. Las telenovelas sirven como referentes de comportamientos y de formas de relacionamiento social, en muchos casos; incluso se afirma que resulta útil mirar cómo se soluciona un problema en la telenovela para aplicar dicha solución en la propia vida; los seres humanos, envueltos en ese mundo fantástico, sufren un desplazamiento de seres reales hacia sujetos simbolizados.

En referencia al consumo cotidiano del acontecer noticioso, cabe señalar que algunos medios de comunicación ponen en segundo plano, o simplemente eliminan la información sobre temas políticos, económicos, educativos, culturales o deportivos y se especializan en retratar truculentamente los hechos de violencia producidos en distintos espacios de la sociedad, con lo cual contribuyen a generar una percepción social incrementada y deformada sobre la violencia real.

En el caso de la prensa, Checa (2001)⁶ analiza el consumo y no consumo del diario *Extra*, posiblemente, el medio más

6 Publicado en la serie *Magister* de la UASB en 2003

sensacionalista del país. Concluye que esas páginas llenas de “sangre y semen” cumplen una función impugnadora. Señala que el lado oscuro de la sociedad expresada en la crónica roja expone “[b]uena parte de lo que constituye la vida de los sectores populares” (p. 13, 14), configurando un producto mediático anclado a matrices culturales rechazadas por el discurso hegemónico, por las élites responsables de esa violencia, que se horrorizan no por los hechos sino por su cruda exhibición, añade. Aunque rescata un potencial en ese medio, recomienda mayor rigor periodístico, con una adecuada contextualización de los hechos para que estructure un discurso que permita la comprensión y la crítica.

Las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC) como catalizadoras de nuevos códigos

Andrade (2008) analiza los mensajes cortos (SMS) como factor de innovación en las dinámicas juveniles y prácticas culturales. Concluye que el uso del móvil en los jóvenes les permite mantener presencia con sus pares, al tiempo que independencia y distanciamiento de los adultos y del entorno familiar. Revela que los SMS se convierten en catalizadores de nuevos códigos semióticos, de nuevas formas de escritura, muchas entendidas por un amplio grupo y otras estrictamente manejadas por sus redes íntimas.

Albornoz (2004)⁷ explora los procesos de representación en la *web*, espacio de creación y de consumos culturales. Identifica que en algunas comunidades virtuales, los vínculos se construyen previamente en el mundo real, en base a la confianza y a la solidaridad en el trabajo, en la comunidad de base, mientras que en otras, como las de los *chateadores*, los lazos se establecen en función de un juego de roles construyendo relaciones entre sujetos simulados.

Monteverde y Aldaz (2003), en su estudio con jóvenes quiteños evidencian que para los *chateadores*, el secreto, el misterio y

7 Publicado en *Cuadernos de Trabajo*, de FLACSO en 2004.

la incógnita son los factores más atractivos de este género de la comunicación virtual, lo que les permite construir identidades ocultas, efímeras, transitorias, en función de sus intereses y donde pueden explorarse temas que están restringidos en la sociedad. Esta forma de comunicación abierta, de nuevas maneras de socialización, se realiza con códigos y lenguajes propios; los miembros de esas comunidades virtuales establecen, al margen de las normativas sociales, sus valores, principios y acuerdos de convivencia para inter-relacionarse.

Transnacionalismo. “Aunque se fue tan lejos nos vemos todos los días”

En el mundo globalizado de hoy, con libre flujo de capitales y de movilidad humana condicionada a requisitos legales, un nuevo tipo de familia, un nuevo tipo de individuo, ha surgido en los últimos años como producto de la relación entre el fenómeno migratorio y el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación.

Ramírez (2006),⁸ en su trabajo sobre migración y NTIC evidencia que a pesar de la separación física los migrantes mantienen sus vínculos afectivos, económicos y sociales a través de la distancia. A nivel familiar, el correo electrónico y las videograbaciones de lo que sucede en ambos lados han servido para mantener los lazos afectivos que permiten al migrante y sus familiares vivir cotidianamente en ambos lados; la frase “aunque se fue tan lejos nos vemos todos los días”, recogida por el investigador, sintetiza esta situación.

Las TIC, además de facilitar las vinculaciones afectivas, han hecho posible la generación de un tejido de redes y de comunidades político-sociales virtualmente articuladas, a través de los portales creados en internet por asociaciones de migrantes para fortalecer el activismo político en favor de sus derechos. El resultado final: familias e individuos transnacionales.

8 Publicado en *Cuadernos de Trabajo*, de FLACSO en 2006.

Los medios de comunicación tradicionales también ponen su parte en la lectura de las nuevas realidades que provoca el fenómeno de la migración. Ramos (2009), en su estudio sobre lo publicado en los periódicos en relación al tema, descubre que los miembros de la familia transnacional, fragmentada y dispersa que mantiene sus vínculos a toda costa, resistiéndose a la desaparición, son afectados por un discurso mediático moralizador, estigmatizador que habla de abandono del terruño y de los suyos. Encuentra que a los jóvenes de estas familias les afecta más que la misma separación física, el discurso sensacionalista de los medios.

Tercera raíz del mestizaje latinoamericano

Los medios masivos invisibilizan o desdibujan a los afro-ecuatorianos que han migrado internamente, en gran número, para establecerse en algunas ciudades del país. Caicedo (2006) confirma que la radio, la televisión y sobre todo la prensa construyen sobre ellos imágenes negativas que son presentadas como típicas. Los receptores de estos grupos se sienten simbolizados como los últimos otros en la escala de un orden racial jerarquizado, incluso, la concentración espacial de pobladores afro-ecuatorianos en algunos barrios periféricos de las urbes ha sido señalada con un sentido estigmatizador. Como mecanismo contrario a estas caracterizaciones peyorativas, los migrantes de segunda generación han desarrollado estrategias y tácticas cotidianas -o artes del débil-, que se expresan en las pequeñas conquistas obtenidas en las ciudades, creando identificación racial, territorial, asumiendo de manera pasiva y simbólica la pertenencia a la comunidad barrial como defensa de su negritud y de su territorio urbano.

León (2008) construye diálogos con grupos inter generacionales a partir de fotografías, que activan la memoria colectiva y recuerdos del trato recibido por los miembros del pueblo afro. Con este ejercicio plantean la imagen como estrategia para la

construcción de la colectividad y re-significación de la identidad. Según esta investigación, la memoria visual se convierte en estrategia de poder-resistencia y en mecanismo para descentrar las representaciones hegemónicas y re-significar su identidad.

Cóndor y Pavón (2000) analizan una serie de reportajes radiofónicos de difusión semanal, con un grupo de afro-ecuatorianos del Valle del Chota que evalúan cómo se recoge en esos productos radiales la identidad negra, tercera raíz del mestizaje latinoamericano, y su participación en el desarrollo. En los resultados de esta práctica, hay una valoración de su cultura y de su acción en las redes locales de organización.

Género. Entretejido de exclusiones

En esta temática se descubre explícita, o implícitamente, una urdimbre donde se enlazan las exclusiones de género con otras discriminaciones que circulan en la sociedad, y que son reproducidas y reforzadas por la comunicación mediática.

Rojas (2007), con un enfoque culturalista, genera un ejercicio de reflexión entre mujeres indígenas de una comunidad campesina, que re-interpretan sus propios testimonios de vida, en un espacio de socialización donde la narración de sus historias cobra un carácter pedagógico; identifican las prácticas patriarcales que las reducen a un modelo pre-establecido, en un mundo pensado en masculino, y descubren la doble marginación a la que están sometidas por su género y por su condición étnica. Aunque estas indígenas no pertenecen a ninguna organización, reivindican sus palabras como demandas sociales y políticas y como elemento que debe ser oído en un proceso democratizador de la comunicación y sus medios.

El mundo pensado en masculino es dominante en todos los espacios de la sociedad, desde el ámbito rural reseñado, hasta

los centros educativos secundarios en la ciudad. Proaño (2004) verifica que la cultura machista en Ecuador permite que en los colegios se imparta una educación sexista y discriminatoria, donde los estereotipos y mitos sobre roles e identidades de género, resultantes de múltiples mediaciones sociales, son reproducidos en las aulas por autoridades, profesores y estudiantes.

En una investigación realizada con estudiantes universitarios sobre el uso de la imagen femenina en la publicidad, Córdova (2005) anota que la transformación de ésta en objeto de exhibición y consumo es percibida por las alumnas como ofensiva, producto de una sociedad machista, mientras que los varones piensan que la belleza y sensualidad de la mujer justifican el uso publicitario de su imagen.

Linz León (2008) apunta que la inequidad de género se entreteje con otras exclusiones sociales como las de racismo y de clase, evidenciando que éstas se apoyan y refuerzan a través de ciertos programas mediáticos, como el caso de *Mi recinto*, programa cómico de factura nacional donde los recursos de construcción con que trabaja lo femenino, lo masculino y lo étnico, resultan en representaciones estereotipadas: las mujeres como amas de casa y objetos sexuales, los hombres montubios como incapaces de controlar su violencia e instintos sexuales, y en una síntesis de racismo, el afro ecuatoriano tiene como vivienda un árbol, sin una razón que lo explique, sino como una condición natural, con las implicaciones que ello encierra.

La investigación de Gavilanes (2001) aborda el impacto de los mensajes para la prevención del VIH Sida en las usuarias del servicio médico legal de un Centro de apoyo a la mujer. Evidencia que esta tarea se ve obstruida por erróneos imaginarios sobre el universo de la sexualidad femenina, que se entrecruzan con las actitudes adversas hacia personas que requieren de hemodiálisis o enfermos hemofílicos, y con las estigmatizaciones a grupos de

las diversidades sexuales, estereotipados y excluidos. Tales ideas, señala, circulan en la sociedad a través de canales informales pero son reforzadas por los medios de comunicación que recurren al sensacionalismo por resultar más lucrativo que la información preventiva.

Recreando y reformando la educación

La interacción de niños, niñas y adolescentes con la televisión ha motivado algunos trabajos. Sobre los efectos de la publicidad en el aprendizaje escolar y el consumismo en adolescentes, Jácome (2001) concluye que la publicidad tiene éxito porque presenta vivencias familiares como compañía, comprensión, atención o cariño. Verifica que la televisión acompaña al estudiante durante la realización de las tareas escolares, tres o cuatro horas diarias; de esta manera, la influencia de la publicidad que se repite varias veces durante cada programa incita al consumismo.

Quelal (2000), por su parte, constata que la programación televisiva incide negativamente en el rendimiento académico de niños y niñas, porque resta tiempo al estudio y reproduce anti-valores, sin embargo, rescata la posibilidad de permitir a los escolares tener otras visiones e información.

García y García (2004) se preocupan no solo por los efectos de la televisión en las áreas cognitivas sino también en las afectivas. De acuerdo con los resultados obtenidos en su trabajo con infantes de una escuela, alrededor de la recepción de una serie televisiva, concluyen que existe la necesidad de educar para una recepción crítica mediante la enseñanza escolarizada de lectura de medios, junto con un refuerzo en el ámbito familiar, y complementada con la revisión por parte de las empresas mediáticas sobre su programación, comprometiéndose con incluir el componente educativo. Plantean la necesidad de esta corresponsabilidad tripartita para la formación de ciudadanos activos y críticos en el ámbito de la comunicación social.

El trabajo de Oquendo (2001) explica las dinámicas de rechazo, aceptación y/o negociación del mensaje de la televisión en audiencias de dos estratos socioeconómicos opuestos. La recepción del mensaje está intervenida por el sistema social, económico, familiar, laboral, escolar, vecinal en que el niño se desenvuelve. Señala que los públicos no se comportan de forma pasiva, las audiencias, al interactuar con los mensajes, llegan a considerar ciertos elementos como referentes culturales. Se erradica la visión de conceptualizar la capacidad negociadora de los públicos como manifestación de una libertad absoluta, por una parte todo individuo actúa y toma decisiones dentro del marco de la cultura en la que ha crecido. A los niños, Oquendo prefirió conceptualizarlos como “receptores sociales cognoscitivamente activos”, no producen una simple acción o reacción mecánica a diversos estímulos, sino que se produce una “secuencia reflexiva de acciones que intentan cumplir con una finalidad”.

Terán Perugachi (2005), mediante la interpretación de gráficos realizados por niños, muestra que la violencia de los dibujos animados es perjudicial en caso de una exposición repetida y de niveles altos de la misma, sin embargo, no pudo probar que ver la televisión muchas horas genere más agresión, menos imaginación o pesimismo, pero sí se registra cierto grado de frustración, porque su situación vivencial no corresponde a las realidades de las series televisivas.

En la recepción de la película Sherk, por parte de grupos infantiles pertenecientes a tres estratos socioeconómicos diferentes, y tomando en cuenta las mediaciones producidas por el ecosistema comunicativo, Almeida (2006) encuentra que la asimilación de la estructura narrativa y la comprensión de la moraleja trascienden la diferencia de edad, género y nivel socioeconómico, mientras que el consumo de la película y la apropiación de roles está atravesada por la ubicación socioeconómica; en el estrato alto hay una lectura distante, en el medio la vivencia es mayor llegando incluso a hablar

con los personajes, y en el grupo medio bajo se llega al rechazo del principal personaje femenino, Fiona, debido a que no representa lo que las niñas son o quieren ser.

Orozco y Vásquez (2004) confrontan los referentes de los *reality shows* con los referentes culturales y éticos del sistema de educación formal; identifican una recepción televisiva emotiva y a-crítica por parte de los jóvenes, así como un desconocimiento de los profesores sobre los lenguajes televisivos y su influencia como procesos de negociación de significados, emociones, sentimientos y conocimientos. Se complementa la propuesta de “alfabetizar” a los receptores, con la necesidad de crear asociaciones de seguimiento a la programación de los medios, para generar audiencias más participativas y democráticas.

Sobre el uso de medios audiovisuales como recurso pedagógico en el aula, Yáñez (2001) se enfoca en el uso de la televisión, en relación al medio, a los contenidos y a las actitudes; según su estudio, la televisión ayuda a formar una actitud crítica, analítica y de discernimiento, permitiendo una relectura y generando mayor comprensión. El audiovisual une la riqueza del diálogo pedagógico con la tecnología para abrir un espacio de creación y expresión. Sugiere que no se puede calificar a este medio como generador de males, necesita ser entendido para lograr su eficacia; contribuye a la actualización de los maestros y a su acercamiento al mundo juvenil, con el consecuente fortalecimiento del diálogo y resolución de problemas.

Yépez (2003) encuentra que el video, por su posibilidad de repetición y manejo, genera mayor participación y es capaz de enriquecer el sentido y el diálogo. Cuestiona la centralidad del lenguaje verbal y el desconocimiento del potencial cognitivo-expresivo del audiovisual y las tecnologías multimedia como mediaciones en el proceso educativo. Recoge las negociaciones de sentido que los sujetos realizan en los actos concretos del consumo

comunicacional a través de la imagen audiovisual. Evidencia la importancia de la intertextualidad cooperativa de producciones pedagógicas y la influencia en la interacción que el sujeto posee como competencia cognitiva-pragmática para un uso comunicativo concreto.

En las clases de una facultad universitaria de Ciencias, Pauta (2000) registra que la fusión de la emotividad del lenguaje audiovisual con lo referencial del lenguaje científico, sin omitir el contexto, innova la forma de exponer la ciencia; la codificación de ésta en imágenes no ocasiona la pérdida de rigurosidad, más bien, recrea la forma de enunciar los contenidos curriculares y promueve la participación, genera cuestionamientos, motivando a los estudiantes a incursionar en la ciencia.

Participación ciudadana. Ampliando las fronteras de la democracia

Los estudios de recepción y audiencias encontrados, que irrumpen el ámbito político, analizan medios alternativos, espacios públicos o discursos, a través de una lectura de la comunicación como dinamizador social que puede motivar la participación de la comunidad, y se inscriben en esa corriente actual de los pueblos latinoamericanos que apuestan por ampliar las fronteras de la democracia con la participación activa de la ciudadanía.

Vega (2006) analiza cómo, dentro de un contexto de empoderamiento y construcción de ciudadanía generado en el Cantón Joya de los Sachas, a partir de la conquista de una elaboración participativa del presupuesto municipal, se evidencia que la ciudadanía local responde de una manera positiva a los distintos productos comunicacionales del gobierno seccional, mediante los cuales convoca a espacios de concertación social como la Asamblea Cantonal y el Comité de Gestión, donde el

debate de la sociedad civil y autoridades se lleva a cabo a través de una comunicación horizontal y con el uso de códigos propios de la comunidad.

Burbano (2007) explora la incidencia de la comunicación alternativa en la construcción de una ciudadanía participativa, a través de un periódico barrial que promueve la participación de la comunidad en su elaboración, buscando romper con el esquema del receptor como último eslabón del proceso de la comunicación. En este medio se retrata el barrio con sus problemas y potencialidades; esas realidades micro que han sido invisibilizadas por los mass-media, porque no tienen ni tiempo ni espacio para dar cuenta de los procesos más cercanos a la cotidianidad de los ciudadanos, a menos que se produzcan hechos de crónica roja o “noticias vendibles” que garanticen rating.

Alrededor del periódico político *En Marcha*, único impreso con características alternativas que mantiene una circulación regular, Pérez y Toapanta (2002) analizan la aceptación del medio entre universitarios y pobladores de barrios populares. Identifican que es un mecanismo que vincula y mantiene una base social para el partido político al que representa.

Bajo el enfoque de los estudios culturales, Onofa (2008) analiza el proceso de recepción de discursos y propuestas del actual Presidente de la República, Rafael Correa, entre las vivanderas de los mercados de Quito, evidenciando que además de las multi-mediaciones sociales, familia, vecinos, clientes, que entran en juego en el proceso, la propia gestión gubernamental actúa como una mediación favorable para la credibilidad del discurso presidencial, porque las receptoras encuentran coherencia entre la retórica y el cumplimiento efectivo de las ofertas, confirmándose que un discurso no se termina en sí mismo, sino que tiene un procesamiento en un ámbito social.

Contrariamente a lo que sucede con los medios alternativos que promueven la participación ciudadana, Aldaz (2001), bajo la orientación de la teoría de los efectos, señala que algunos programas televisivos de entretenimiento en vivo, como *Sábado Gigante*, alejan a las personas de los espacios de socialización, como las canchas deportivas, los parques o lugares de reunión comunitaria, promoviendo una pérdida del espacio público.

Al margen de los medios. Otros espacios de la comunicación social

Algunos estudios revisados se producen en un contexto extra-mediático. Un ejemplo es el trabajo de Vascones (2003), que incursiona en el ámbito de la comunicación cara a cara, en una localidad fronteriza altamente conflictiva, para analizar cómo, bajo una perspectiva foránea, se lee la ciudad desde su gente, por medio de la recepción de mensajes lingüísticos, paralingüísticos y de comportamiento de sus habitantes, así como de su entorno físico blindado, en un espacio de crisis y atropellos, de robos y abuso de autoridad, para descubrir el miedo en Sucumbíos como forma de vivir.

Villota (2003) estudia la comunicación y percepción de imaginarios sobre el fenómeno OVNI en un grupo de estudiantes universitarios. Analiza las opiniones de los jóvenes, que ponen en discusión temas religiosos y creencias culturales, así como el control político e ideológico. A pesar del contexto extra-mediático de la investigación, se identifica que la formación de los imaginarios sobre objetos voladores no identificados y sobre visitantes de otros planetas está influenciada por los medios, principalmente por la televisión y las revistas, de acuerdo con la similitud que tienen los dibujos realizados por los estudiantes, con los presentados por estos medios.

4. La difusión en papel y en pantalla de la recepción⁹

En la última década del siglo pasado, Guillermo Orozco (2002) concluyó que lo que más se difundió en 10 publicaciones especializadas en comunicación, de circulación latinoamericana, no fue, exactamente, producto de investigaciones documentales o empíricas sino reflexiones a manera de ensayos.

Esa tendencia está presente en el país donde no solo hubo avances mínimos en cuanto a estudios publicados por las instituciones en las cuales se está produciendo conocimiento sobre recepción sino que, además, hay un divorcio entre éstas y sus propios canales de difusión. En medio de ese escenario poco alentador, Internet está constituyéndose en un canal alternativo de difusión de un sector de la academia y organismos internacionales.

De 2004 a 2009, la revista *Textos y Contextos*, de la FACSO - Quito, registró tres ensayos sobre Estudios de Recepción. En sus seis años de vida, no obstante, no ha publicado los trabajos de la relación entre sujetos y medios de comunicación que el Instituto Superior de Investigación de la Comunicación Social (Isics), de la misma Facultad, realizó con fundaciones y organismos internacionales. En archivos del Isics hay dos investigaciones publicadas sobre la imagen que los medios impresos proyectan sobre la profesión docente y sobre la relación entre prensa, ciudadanía y democracia en cinco países sudamericanos. Desde la teoría de los efectos, la primera concluyó que hay “una fuerte sensación de que la cobertura de la prensa está marcada por el carácter político y por la necesidad de ubicarse exitosamente en el *rating* de los medios, por lo tanto la noticia sobre educación y profesión docente es coyuntural” (Unesco, 2009:57). Bajo el enfoque de la Agenda *Setting*, el otro estudio señala que

⁹ Para esta sección, a cargo de CIESPAL, se hizo una revisión bibliográfica y se estableció comunicación personal y electrónica con investigadores, instituciones especializadas y una casa editorial para ubicar publicaciones académicas. En total, se identificaron 18 estudios de recepción; seis de ellos, con énfasis en el consumo cultural, se mencionan en el trabajo de Checa (2006).

la cobertura mediática escasa no favorece a un mayor desarrollo democrático porque son menores las posibilidades de participación social (Zukernik, 2008).

Con una inclinación editorial similar, *Chasqui*, que es editada trimestralmente por CIESPAL, publicó a mediados de 2009 un ensayo sobre el análisis del consumo. En cuatro de sus ediciones se incluyeron referencias generales sobre dos estudios de recepción hechos por el Área de Investigación del Centro: *Medios y salud pública: La voz de los adolescentes* (CIESPAL, 2002) y *Estudio de audiencias y de mercado sobre los hábitos de uso y preferencia de la radio popular en el Ecuador* (CIESPAL, 2004). En el primero, de carácter cualitativo, estudiantes de colegio opinaron sobre su rol y su comportamiento alrededor de la sexualidad y el VIH/sida; se concluyó que jóvenes y adolescentes consideran que los mensajes mediáticos de salud no responden a sus expectativas y, menos aún, cuando se trata de esa enfermedad. La otra investigación, en cambio, tuvo una perspectiva instrumental y aportó datos sobre las características de la radio frente a otros medios, pero poco con relación a las audiencias.

Un año antes, no obstante, *Chasqui* difundió un estudio externo sobre la relación que los niños, niñas y adolescentes (NNA) tienen con la televisión (Larrea, 2007).¹⁰ La hipótesis de que la televisión fomenta la violencia entre los NNA se confirmó parcialmente tras la sistematización de los datos de grupos focales y una encuesta. Del conjunto de conclusiones a las que se llegó, se destaca que el medio audiovisual es una de las fuentes generadoras de violencia, pero no es la que más influye en la forma de actuar de los NNA; y que las percepciones sobre la televisión, como uno de los principales responsables de la generación y reproducción de la violencia, son “abismalmente” diferentes entre adultos, niños y adolescentes. Esta investigación contribuye a lo publicado sobre el consumo infantil de la televisión ecuatoriana; en 2002, Christian Oquendo sacó a la luz su

¹⁰ Este artículo es parte de un estudio auspiciado por la Corporación de Participación Ciudadana y el Instituto Nacional de la Niñez y la Familia.

tesis de pre grado sobre la relación dinámica que los niños quiteños de estratos socioeconómicos alto y bajo tienen con la televisión y concluyó que ver la televisión es un “acto colectivo”.

En la revista *Ecuador Debate*, del Centro Andino de Acción Popular, la difusión de la relación sujeto- receptor y medios se estancó. En el primer lustro de la década que pasó se publicaron síntesis de dos investigaciones: la una sobre el consumo del pasillo (Wong, 2004),¹¹ en la cual se determina el papel de la radio y la industria discográfica en la nacionalización de ese tipo de música; y la otra sobre la recepción del conflicto territorial entre Ecuador y Perú en textos escolares (Jaramillo, 2002), que concluye que hay una tendencia al autoritarismo, armamentismo y etnocentrismo territorial en las percepciones que los estudiantes de bachillerato tienen de la “Historia de Límites”.

En cuanto a los centros de posgrado, los estudios difundidos siguen siendo pocos y, además, están dispersos en revistas y colecciones de libros. *Íconos*, publicación especializada en ciencias sociales de Flacso-Ecuador, registró el trabajo de Jérémie Voirol (2006)¹² quien, a partir de un ejercicio etnográfico alrededor de los ritmos electrónicos y *raves*, identificó “un claro parentesco” entre el fenómeno ‘tecno’ nacional, europeo y norteamericano; también evidenció el perfil de los adeptos, los disks jockeys o dj’s y los organizadores de fiestas electrónicas alrededor de este género musical. Como lo señala el primer diagnóstico de la producción de Estudios de Recepción (Checa, 2006), esta revista recogió los resultados de dos trabajos sobre la producción, circulación y consumo de la tecnocumbia en Quito (Ramírez y Santillán, 2004), y sobre la identidad metalera en Quito y el uso de espacios urbanos (Gallegos, 2004).

11 Este texto es una síntesis de su tesis de maestría en Etnomusicología que Ketty Wong realizó para la Universidad de Texas, Austin.

12 El autor presentó ese segmento de su tesis de licenciatura, que elaboró para la Universidad de Neuchâtel, Suiza.

En la serie *Cuadernos de Trabajo*, de Flacso- Ecuador, se publicaron síntesis de las tesis de maestría de Belén Albornoz (2004) quien, con un enfoque interdisciplinario, analizó el consumo de las NTIC y concluyó que la *web* es un espacio de creación pero también de consumo simbólico; Jacques Ramírez (2006) estudió el tipo de uso que los migrantes familiares y demás actores del fenómeno migratorio hacen del Internet, observando que las percepciones tempo-espaciales de los actores se alteran, modifican y prolongan, y que están surgiendo los espacios transnacionales plurilocales. En la compilación de aniversario *Comunicación, cultura y política* (2008) de la misma institución, María José Calderón presenta un estudio de caso de uso de *blogs* durante la campaña electoral de 2006, que busca “lograr una propuesta metodológica para el estudio de audiencias en Internet, a partir de los teóricos de los estudios culturales de la escuela de Birmingham”.

En cambio, en la serie *Magister*, de la Universidad Andina Simón Bolívar (UASB), consta el estudio de maestría sobre el consumo de la prensa sensacionalista que, desde una perspectiva socio-semiótica, establece conexiones entre la producción y el consumo, las prácticas y las relaciones que se dan alrededor del sensacionalismo. En suma, se propone que hay una sintaxis “popular” y se ubica la estigmatización de su consumo como una marca de la infamia (Checa, 2003).

La dispersión de los estudios publicados alcanza, también, a las casas editoriales. En Abya Yala, que concentra alrededor del 70 por ciento de la producción editorial del país, los textos de Cerbino, Chiriboga y Tutivén (2000) y Cerbino (2002) continúan como referentes de investigaciones sobre la dimensión simbólica del consumo. En el primer libro se recoge un estudio sobre culturas juveniles de Guayaquil, mientras que en el segundo se registra una investigación cualitativa con jóvenes pandilleros y ex pandilleros de Quito, Guayaquil y Cuenca, que usa la categoría de consumo cultural.

A partir de lo anterior, se confirma que los ER mantienen presencia

en libros, publicaciones académicas generales y especializadas del país, aunque eso no signifique necesariamente que se ha acortado la brecha entre lo producido y lo demandado por los docentes y estudiantes de las facultades de Comunicación, los profesionales¹³ y, en general, la sociedad ecuatoriana, que se ha interesado en este campo de las ciencias sociales por el nexo histórico-contextual de la comunicación como derecho constitucional y por la dinámica alcanzada en la relación poder-medios de comunicación.¹⁴

Del conjunto de medios de comunicación estudiados en estos trabajos publicados, la televisión es el que más ha captado el interés de la academia y los organismos internacionales. No obstante, es interesante destacar que los centros de pos grado le están apostando al análisis de las NTIC y, por eso, los jóvenes están como la audiencia más analizada.

Desde 2009, CIESPAL está usando el soporte digital para difundir sus investigaciones, entre las cuales se incluye *Percepción sobre los medios públicos en Ecuador* (Ayala et al., 2009), publicada en el periódico electrónico *Mediaciones*. Aunque no se centra en un debate teórico alrededor de los medios públicos, es un estudio pionero sobre una realidad mediática reciente,¹⁵ que señala que “más de la tercera parte de la ciudadanía de las dos ciudades principales -Quito y Guayaquil- no conoce aún que existan medios públicos, pero que de

13 Según la página electrónica del Conesup (Consejo Nacional de Educación Superior), existen 243 carreras, en distintas especialidades, en las facultades de Comunicación Social del país. A marzo de 2006, el total de graduados en comunicación social y periodismo fue de 12.176 a niveles de técnico, tercero y cuarto.

14 En el ensayo *Derecho a la comunicación en Ecuador: avances, dificultades y expectativas* (Jurado, 2009) y el estudio *La influencia del discurso presidencial en la agenda de los periódicos ecuatorianos* (Ayala y Cruz, 2010) se aborda cómo el derecho a la comunicación se ha introducido en el debate público y cómo el vínculo entre periodismo y la fuente gubernamental se ha vuelto más estrecho mediante la realización de las cadenas sabatinas de radio y televisión, por parte de la administración de Rafael Correa.

15 En 2007, cuando inició el primer periodo presidencial de Rafael Correa, se ejecutó el proyecto de medios públicos. La Radio Nacional existía desde los años 40 del siglo XX. Actualmente, hay además un canal y un periódico público.

manera intuitiva se hacen diferencias entre medios públicos y medios gubernamentales” (2009:40). Además, una de las conclusiones es que la sociedad civil de Quito reconoce que los medios públicos son diferentes a los medios privados, por su desvinculación con las administraciones de turno y, sobre todo, por la participación ciudadana alrededor de un bien común como es la información.

Tabla 1
Lista de estudios de recepción publicados entre 2000 y 2009

Institución	Año	Medio estudiado	Tipo de audiencia
Isics	2009	Periódicos	Adultos
	2008	Periódico, radio y televisión	Otro (ciudadanos)
Ciespal/ Revista Chasqui	2007	Televisión	Niños
	2004	Radio	Jóvenes y adultos
	2002	TV, radio, periódicos, Internet	Adolescentes
Abya Yala	2004	Periódicos	Jóvenes
	2002	Televisión	Niños
	2002	Radio, TV y otros (libros/ películas)	Jóvenes
CAAP/ Ecuador Debate	2004	Radio y otros (discos)	Mujeres y hombres
	2002	Otros (libros)	Jóvenes
Flacso/ Íconos	2008	Internet	Otros
	2006	Ninguno	Jóvenes y adultos
	2004	Radio, TV	Otros (grupos socioeconómicos)
	2004	Ninguno	Otros (metaleros)
	2004	Internet Internet	Otros (internautas) Otros (migrantes y familiares de migrantes)
UASB	2003	Prensa	Adultos

El soporte digital es también un canal utilizado por la academia. En la página *web* del Observatorio de Investigación de Medios, del Programa de Comunicación de Flacso- Ecuador, que está enlazado a una base digital de datos con alcance regional, se publica el *paper* *Violencias en la programación televisiva nacional*, de Mauro Cerbino

(2008), que hace propuestas para visibilizar acuerdos entre sociedad civil, Estado y medios de comunicación, a partir de una investigación sobre las percepciones de la violencia en los medios de comunicación por parte de padres y NNA. Es una aproximación investigativa.

En cambio, en la página electrónica de la Universidad de Los Hemisferios, la Facultad de Comunicación publica los resultados de su análisis cuantitativo sobre la percepción de la crisis mundial económica y sus repercusiones en la opinión pública ecuatoriana,¹⁶ y se concluye que en ella está presente un escenario de pesimismo sobre los temas de coyuntura que hacen parte de la crisis económica mundial. Este escenario de opinión pública toma, como primera fuente de información, a los *media* en general.

En este último decenio, entonces, los canales de difusión de las investigaciones en comunicación se han diversificado con el Internet que, por la rapidez de la divulgación, el menor costo y los mayores alcances espacio-temporales, podría modificar a futuro la decisión editorial de circular en revistas y libros, para buscar otro tipo de soportes. Además, las publicaciones en pantalla confirman que la divulgación de conocimiento alrededor de la recepción está creciendo.

Listado de estudios de recepción difundidos digitalmente

Institución	Año	Medio estudiado	Tipo de audiencia
Ciespal/ Mediaciones	2009	Periódicos, radio y televisión	Jóvenes y adultos
Flacso/ Observatorio de Investigación de medios	2008	Televisión	Adultos y niños
Universidad de Los Hemisferios	2010	No especificado	Hombres, mujeres

16 A fines de 2010, este centro educativo y, específicamente, el Centro de Investigaciones en Comunicación y Opinión Pública prevén la publicación en papel de los resultados de su análisis sobre percepción de la crisis mundial económica. El informe digital está disponible en <http://portal.uhemisferios.edu.ec/cicop/index.html>.

5. Los retos para este decenio

Luego de esta revisión, es evidente que Ecuador continúa como un país con interés en la investigación de la recepción aunque, por el momento, sea más a nivel empírico que teórico- metodológico. No obstante, se debe reconocer que hay demandas que se han podido rescatar, tanto de lo que se produce en el tercer y cuarto niveles como lo que se difunde en papel y en pantalla desde organismos, academia y casas editoriales.

Para el próximo decenio, esas demandas derivarán tanto por las transformaciones sociales, políticas, económicas y culturales que está viviendo nuestra sociedad, cuanto por la reactivación y creación de medios públicos, por el nuevo marco legal que regirá este quehacer, y por el crecimiento acelerado del uso de las nuevas tecnologías de la comunicación.

En relación a estas últimas, se anticipa su continuidad e incremento como tema de estudios de recepción, debido a los usos en relación con el fenómeno migratorio, y por la multiplicidad de funciones educativas, comerciales, financieras, informativas o lúdicas que hoy se realizan por tales medios.

La tendencia observada en la investigación de campo prevé que en Ecuador se mantendrá el interés en temas relacionados con género, participación ciudadana, interculturalidad y educación.

El dinámico y complejo contexto de la sociedad ecuatoriana configura un ecosistema comunicacional rico en nuevos temas y audiencias para nutrir la agenda de estudios de recepción cuantitativa y cualitativamente.

La discusión de la comunicación ha subido a las arenas de la política y el poder, dejando de ser preocupación de académicos y estudiantes. Justamente, otra línea de exploración de los estudios

de recepción surge cuando el jefe de Estado, Rafael Correa, ha revelado el carácter de poder fáctico ejercido por los mass-media en la nación, obligándolos a salir de su cómodo discurso de la imparcialidad y la objetividad, e instaurando una polémica donde gobierno y representantes de medios y de sus intereses coligados se descalifican mutuamente.

En esta circunstancia, ¿cómo no explorar la recepción de una población que se ha visto avocada a asumir lecturas más activas, y a mantenerse despierta en cada punto y en cada momento noticioso de interés público, para persuadirse en dónde depositar su credibilidad? Conocer esos procesos y las mediaciones que influyen en la toma de una u otra posición, no solo moverá la curiosidad académica sino que, pensamos, despertará el interés tanto de las instancias estatales, cuanto de las empresas mediáticas.

Ahora mismo, en un movido proceso legislativo se debate una Ley de Comunicación, atravesada por estancamientos y conflictos que evidencian diversidad de posiciones e intereses sociales, políticos y económicos. El nuevo marco legal que se apruebe, y la participación ciudadana en veedurías e instancias de seguimiento social sobre la programación mediática, que dicha ley contempla, a nuestro parecer, promoverán estudios de recepción como una necesidad intrínseca, porque solamente a partir del conocimiento de lo que la multiplicidad de audiencias requiere será posible establecer mejores opciones para la comunicación.

Los medios estatales con que cuenta actualmente la sociedad ecuatoriana constituyen también una nueva vertiente para los estudios de audiencias. Se podría ampliar la investigación sobre la recepción del carácter público o gubernamental de esos medios o, en general, sobre cuestionamientos y demandas de las audiencias sobre la programación de los mismos.

Como vemos, lo enunciado configura un favorable campo para la realización de estudios de recepción en Ecuador. En estas condiciones, es de esperar que academia, instituciones de la comunicación y Estado se interesen por el tema y financien investigaciones para enriquecer el conocimiento en esta área.

Creemos que es necesario consensuar ¿Qué realidades se deben considerar objeto de estudios de recepción y audiencias, y cuáles son sus límites y alcances?

¿Buscamos leer el sujeto ante un mensaje específico?, ¿el sentido o proyección que el sujeto ha dado al mensaje?, ¿el ecosistema comunicacional como mediador y pantalla de proyección de mensajes? ¿Nos referimos a toda lectura, interpretación, proyección de un mensaje que puede ser de los medios tradicionales o de las nuevas tecnologías, o de expresiones de contextos históricos-sociales?

En relación a lo difundido, es urgente el cambio de la tendencia a divulgar más ensayos que estudios documentales y empíricos sobre la relación entre sujeto y medios de comunicación, considerando que esta inclinación fortalece las barreras que tienen las publicaciones ecuatorianas para alcanzar lectores en la comunidad científica nacional, latinoamericana y europea por los bajos tirajes, la falta de inclusión en índices científicos o la ausencia de sometimiento de los artículos a una evaluación de expertos. Con ello, se apuntará a diversificar la producción investigativa y a proveer datos para aportes teóricos.

Esas exigencias, sin lugar a dudas, deberán trasladarse a las publicaciones en pantalla. El aprovechamiento de las ventajas espacio- temporales y económicas del Internet no es suficiente; se requiere pensar en términos de trascendencia: si la información de recepción difundida es de calidad, no solo se captará el interés de más personas sino que el debate y los aportes alrededor del

mismo serán mayores. Simultáneamente, se estaría incidiendo en el reconocimiento internacional de Ecuador en este tipo de publicaciones.

Por otra parte, la existencia de publicaciones institucionales no garantiza la difusión de las investigaciones propias, como se registró en líneas precedentes. Parece bastante elemental el sugerir, tanto a la academia como a los organismos internacionales, que trabajen por superar el divorcio con sus propios canales de comunicación para dar a conocer lo que están investigando pero, en especial, para ampliar el rango de comprensión sobre este enfoque de investigación en el país. En Quito, es destacable la labor de revistas con varios años de existencia que, aunque incluyen contenidos provenientes de autores extranjeros y no residentes en Ecuador, están abriendo espacios para la difusión de la investigación del país. La proyección es que esta se amplíe y permanezca.

Bibliografía

- Albornoz, María, "La representación simbólica en la red", en *Los usos de Internet. Comunicación y Sociedad*, Tomo 1, Flacso- Ecuador, IDRC, Quito, 2006.
- Aldás, Juan, *La pérdida del espacio público como opción de los habitantes del barrio Quito Sur: caso concreto el programa Sábado Gigante del canal 2 de televisión*. Quito, FACSO- UCE, 2001.
- Aliaga, Francisco y Jesús Suárez-Rodríguez, "Intencionalidad de las revistas académicas. Estudio de caso con Relieve", en *Relieve*, Vol. 13, Nº1. Disponible en http://www.uv.es/RELIEVE/v13n1/RELIEVEv13n1_0.htm
- Almeida, Alexandra, *Consumo massmediático de la fealdad del dibujo animado cinematográfico Shrek*. Quito, UASB, 2006.
- Andrade, Lorena, *Los SMS: Nuevas Formas de Interacción Juvenil*. Quito, 2008.
- Ayala, Alexandra et al., *Percepción sobre los medios públicos en Ecuador*, CIESPAL, Quito, 2009.
- Ayala, Alexandra y Pamela J. Cruz, *La influencia del discurso presidencial en la agenda de los periódicos ecuatorianos*, CIESPAL, Quito, 2010.

- Burbano, Pablo, *Los medios de comunicación alternativos y su incidencia en el empoderamiento de la comunidad. Estudio de caso: periódico comunitario La Protesta de Cochapamba*. Quito, FACSO-UCE, 2007.
- Cadena, Silvana, *Investigación de Caso En El Barrio de San Sebastián de La Ciudad de Quito sobre el Impacto De Internet En Los Adultos entre 35 y 65 años*. Quito, FACSO-UCE, 2009.
- Caicedo, José, *Representaciones Internas y Externas de Barrios Negros(as) En Quito y Cali. Dos Estudios de Caso En Carapungo y El Retiro*. Quito, UASB, 2006.
- Calderón, María, "Audiencias y sociedad de información. Aproximaciones teóricas y metodológicas para el estudio crítico de audiencias y la Internet", en María Belén Albornoz y Mauro Cerbino, *Comunicación, cultura y política*, Flacso- Ecuador y Ministerio de Cultura, Quito, 2008. Pp. 147- 160.
- Carpio, Mauricio, *Radio y vida cotidiana: Usos y sentidos en el ámbito doméstico*. Quito, UASB, 2006.
- Carvajal, Lidia, *Análisis de la influencia de los mensajes emitidos por el programa Emergencia Nacional Radio en la Comunidad de Las Palmas en Esmeraldas*. Quito, FACSO-UCE, 2000.
- Cebrián, Mariano, "Colonialismo académico", en *Revista mexicana de comunicación*, Año XVII, N° 91, México D.F., febrero- marzo de 1995.
- Cerbino, Mauro et al., *Culturas juveniles. Cuerpo, música, sociabilidad y género*, Abya Yala – CAB, Quito, 2000.
- Cerbino, Mauro, *Pandillas juveniles. Cultura y conflicto de la calle*. Abya Yala, Ecuador, 2004.
- Cerbino, Mauro, *Violencias en la programación televisiva nacional. Acuerdos sociales y compromisos éticos para la disminución de sus repercusiones negativas*, Quito, 2008. Disponible en <http://www.flacsoandes.org/comunicacion/observatorio/aprox.php>.
- Checa, Fernando, *El Extra: las marcas de la infamia. Aproximaciones a la prensa sensacionalista*, UASB, Abya Yala, Corporación Editora Nacional, Quito, 2003.
- _____, "Los estudios de recepción en Ecuador: paradojas, vacíos y desafíos", en *Revista Diálogos de la Comunicación*, N°73, Lima, 2006.
- Ciencia y tecnología en el Ecuador <http://www.expored.com.ec>. En línea.
- CIESPAL, *Estudio de Audiencias y mercado sobre los hábitos de uso y preferencia de la radio popular en el Ecuador*, Quito, 2004.
- _____, *Medios y Salud Pública: La voz de los adolescentes*, Informe nacional del Ecuador, Quito, 2002.

- _____, *Percepción de los medios públicos en Ecuador*, Quito, 2009. Disponible en www.ciespal.net/mediaciones.
- Cóndor, Delia y Pavón, Hugo, *La Cultura Afro Ecuatoriana Del Valle Del Chota y La Cuenca Del Río Mira. Producción de Reportajes Radiofónicos*. Quito, FACSO-UCE, 2000.
- Consulta de Carreras- Universidad <http://www.conesup.net>. En línea.
- Córdova, Evelyn, *Imagen de la Mujer como Objeto Publicitario: Estudio de impacto entre los estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana, Sede Quito*. Quito, UPS, 2005.
- Cueva, Maribel, *El proceso de recepción de telenovelas en un grupo de familias de Turubamba*. Quito, FACSO-UCE, 2002.
- 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.
- Delgado, Karina, *Influencia de las telenovelas en la construcción de los arquetipos sociales en barrio La Roldós de la ciudad de Quito*. Quito, UPS, 2006.
- Evaluación de desempeño institucional de la Universidades y Escuela Politécnicas del Ecuador <<http://www.conea.net>>. En línea.
- FACSO. *Proyecto Rediseño curricular para la carrera en Comunicación Social, Universidad Central del Ecuador. Facultad de Comunicación Social*. Quito, FACSO-UCE, 2008
- García, Jacqueline y García, Soraya, *Comunicación y valores de la serie televisiva Los Simpson en la escuela Micaela*. Quito, FACSO-UCE, 2004.
- Gavilanes, Verónica, *Impacto de mensajes preventivos sobre VIH-Sida en el Servicio Médico Legal del CEPAM*. Quito, FACSO-UCE, 2001.
- González, María, *Dimensión Ética e Intercultural de la Televisión desde una perspectiva Educomunicacional, en el Contexto Social de Imbabura*. Quito, UPS, 2001.
- Guevara, Cristina y Vega Muñoz Paola, *Uso de la Radio para la Educación sobre el Manejo de Desechos en la Isla Santa Cruz de Galápagos*. Quito, UPS, 2003.
- Jacks, Nilda y Daiane Menezes, "Estudios de recepção na América Latina, hoje: a visao de seus pesquisadores", en FLACSO- Ecuador, *Comunicación, Cultura y Política*, Quito, Flasco: 2008.
- Jácome, Patricia, *Influencia de la Publicidad por televisión en el desarrollo de la conciencia crítica, durante el aprendizaje escolar del adolescente del 10mo. Año de educación básica de la unidad educativa experimental Manuela Cañizares*. Quito, UPS, 2001.

- Jaramillo, Juan, "El aprendizaje del autoritarismo y del belicismo: un estudio de bachillerato en Ecuador", en *Ecuador Debate*, N° 57, Quito, diciembre 2002. Pp. 231- 250.
- Jensen, Klaus y Rosengren, Karl. *Cinco tradiciones en busca del público*. En Dayan, Daniel (org) *En Busca del público: recepción de televisión y medios*. Gedisa, 1997.
- Jurado, Romel (2009), *Derecho a la comunicación en Ecuador: avances, dificultades y expectativas*. Disponible en <http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/ensayos/237-derecho-a-la-comunicacion-en-ecuador-avances-dificultades-y-expectativas-.html>.
- Larrea, Tatiana, "¿De dónde viene la violencia?", en *Chasqui*, N° 104, diciembre de 2008, Quito. Pp. 60- 65.
- León, Dayana, *Imaginario de género en Mi recinto: Programa de la televisión ecuatoriana*. Quito, FLACSO, 2008.
- León, Edison, *Representación de lo Negro desde lo Negro: Prácticas de Significación para la Construcción de una Memoria Visual*. Quito, UASB, 2003.
- Maigret, Eric. *Sociología de la comunicación y de los medios*. Bogotá. Fondo de Cultura Económica, 2005.
- Martin-Barbero, Jesús. *Oficio del cartógrafo*. Travesías Latinoamericanas de la comunicación en la cultura. Santiago de Chile. Fondo de cultura económica 2002.
- Molina, Luis, *La producción y el consumo de la radio en la transportación pública de Quito*. Quito, UASB, 2004.
- Monteverde, Pamela y Aldaz Ivan. *Chat: nuevo espacio de comunicación de los jóvenes en Quito*. Quito, Tesis de Licenciatura, UPS, 2003.
- Muñoz, Cecilia, *Influencia de la Radio en los niños de 7 a 12 años de la escuela Margarita Ponce Gangotena de la Parroquia de Amaguaña de la ciudad de Quito*. Quito, FACSO-UCE, 2002.
- Núñez, Jorge, "El retorno de 'Anales'", en *El Telégrafo*, Guayaquil, edición del 17 de marzo de 2010.
- Oficina regional de educación para América Latina y el Caribe, *Medios de comunicación, opinión pública y profesión docente*. Trabajo en proceso de publicación, con responsabilidad del ISICS, FACSO- Q, en Ecuador.
- Onofa, Luis, *Lecturas del Discurso del Presidente Rafael Correa Sobre la Asamblea Constituyente en Mercados Populares de Quito*. Quito, UASB, 2008.
- Oquendo, Christian. *La cultura dialogando con la TV: procesos socioculturales de recepción activa de los niños, en Quito*. Quito, Tesis de Licenciatura PUCE, 2002.
- Orozco, Guillermo "Desafíos de la investigación en comunicación para el nuevo milenio: un análisis a partir de diez revistas latinoamericanas", en *Comunicação & Sociedade*, N°133, primer semestre de 2000, Brasil. Pp.53 – 66.

- Orozco, Guillermo ed., *Recepción y mediaciones: casos de investigación en América Latina*, Buenos Aires, Norma: 2002.
- Orozco, Mónica y Vascones Aida, *Recepción Crítica y Usos de los Reality Shows en los estudiantes del 10mo Año De Educación Básica Caso: Colegios Benito Juárez y Santa Dorotea de Quito*. Quito, FACSO-UCE, 2004.
- Pauta, Eunice, *Incorporación de La Lectura del Audiovisual para motivar el desarrollo crítico en la formación integral del educando. Aplicación en la Facultad de Ciencias Químicas de la Universidad de Cuenca: Escuela de Bioquímica y Farmacia*. Quito, UPS, 2000.
- Pereira, Alberto, "La Experiencia Curricular de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador: Plan Director de la Carrera". Ponencia de Sao Paulo, 1999.
- Pérez, José, y Toapanta, Irma, *Estudio del Grado de Aceptación del Periódico En Marcha En Los Barrios Populares De Quito*. Quito, FACSO-UCE, 2002.
- Proaño, Paulina, *Convivencia Educativa y Relaciones de Género en tres Colegios Particulares de Quito: Miradas Adolescentes*. Quito, UASB, 2004.
- Proyectos en ejecución financiados por SENACYT <[http://www.senacyt.gov.ec/?\[q=node/301\]](http://www.senacyt.gov.ec/?[q=node/301)>. En línea.
- Quelal, Henry, *Efectos De La Programación Televisiva en los Estudiantes de Educación Básica Sector Central de la Ciudadela Primero de Mayo*. Quito, FACSO-UCE, 2000.
- Ramírez, Jacques, "Aunque se fue tan lejos nos vemos todos los días": *Migración transnacional y uso de las NTICs*. Quito, FLACSO, 2006.
- Ramos, Patricia, *Entre la Invisibilidad, el Escándalo y la Rutina: Medios y Familia en la Migración Internacional*. Quito, FLACSO, 2009.
- Rojas, María, *Mujeres y Testimonios: Mundos de Vida y Representación*. Quito, UASB, 2007.
- Ruiz, Sandra y Arellano, Mariana, "Incidencia de la Televisión en la Reconfiguración de Prácticas Culturales en los Jóvenes Shuar de 14 a 18 años de la parroquia Sevilla Don Bosco". Quito, UPS, 2003.
- Saravia, Patricio, *La participación ciudadana en la gestión municipal. La comunicación social como facilitadora del proceso*. Quito, FACSO-UCE, 2006.
- Terán Perugachi, Giovanna, *Imagen Animada Y Violencia Por Televisión Recepción de Dibujos de Corte Violento en los Niños de las Multifamiliares Loyola, en Quito*. Quito, FACSO-UCE, 2005.
- Terán Viteri, Silvia, *Nuestra Novela de cada día*. Quito, UASB, 2003.
- Vásconez, Belén, *La Construcción Social del Miedo en Sucumbíos*. Quito, UASB, 2003.

- Villalba, Sofía, *La Telenovela como referente de los comportamientos y formas de relacionamiento social*. Quito, UPS, 2004.
- Villamarín, José, "Las revistas en el Ecuador. Un primer acercamiento histórico", en *Textos y contextos*, Año 1, Quito, octubre 2003. Pp. 31-37.
- Villota, Erlita, *Percepción y Comunicación de Imaginarios: La Imagen del "Fenómeno Ovni" En los Estudiantes Universitarios de la Ciudad de Quito*. Quito, FACSO-UCE, 2003.
- Voiron, Jérémie, "Ritmos electrónicos y raves en la mitad del mundo. Etnografía del fenómeno tecno en Ecuador", *Íconos*, N° 25, Quito, mayo de 2006. Pp. 123- 135.
- Wong, Ketty, "La 'nacionalización' y 'rocolización' del pasillo ecuatoriano", en *Ecuador Debate*, N°63, diciembre 2004, Quito. Pp. 269- 281.
- Yáñez, Elsie, *Propuesta para la formación de televidentes críticos maestros y alumnas de la Unidad Educativa María Auxiliadora de Riobamba y de Instituciones similares de las Hijas de María Auxiliadora en el Ecuador*. Quito, UPS, 2001.
- Yépez, Verónica, *Análisis de Percepción Activa sobre El Mensaje Emitido del Video Príncipe de Egipto en los Niños de la Academia Bilingüe Victoria Análisis de Caso*. Quito, FACSO-UCE, 2003.
- Zukernik, Eduardo (redactor y editor del informe), *El Observador de medios de comunicación en América Latina. Prensa, ciudadanía y democracia en Brasil, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela*, Buenos Aires, 2008.