



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

El Salvador

Así en El Salvador, como en Centroamérica: las audiencias invisibles

Amparo Marroquín Parducci.
Dulcinea Flores.

Introducción

Cuando se piensa en llevar a cabo un análisis de América Latina hay ciertas regiones que solían dejarse de lado. Por fronteras, por marginales, por ser, de alguna manera, la *periferia de la periferia*. Centroamérica ha sido uno de estos territorios. No existe, por ejemplo, producción o teorías específicas en que la región se sitúe frente al campo de estudios de la comunicación, las mismas escuelas de comunicación se han enfocado en un trabajo más bien de aprendizajes de oficios que de la construcción de un proyecto académico como tal. Sin embargo, dos situaciones, también periféricas pero cada vez más difuminadas en las nuevas *sociedades del riesgo*, empiezan a construir un discurso propio donde los países de la región tienen algo diferente por decir: las migraciones y los particulares procesos de violencia. Dos realidades que reconfiguran la manera de nombrar y nombrarnos.

* Asistentes de investigación. Francesca Cárdenas, Emilia Margarita, López, Cindy Rivera, Brian Velasco, Óscar Morales

Dos situaciones que interrogan al campo de la comunicación desde sus propias particularidades y que construyen un nuevo espacio de análisis e intervención.

El presente trabajo actualiza sucesivas reflexiones y aproximaciones que se han llevado a cabo para tratar de construir los primeros mapas vinculados a los estudios de las audiencias en Centroamérica. En un primer momento parecería que las audiencias son en un objeto no estudiado en la región. Pero más bien, nos hemos encontrado con un objeto invisible, que no aparece nombrado (pocas publicaciones se encuentran en Centroamérica vinculadas al tema) y que sin embargo es y ha sido clave para el análisis de los procesos locales de comunicación. Como el desconocido Griffin de H. G. Wells, no se mira, pero está aquí y allá, interviene y reconfigura los análisis y la construcción de procesos de comunicación.

El reciente diagnóstico de programas y centros de formación de comunicadores y periodistas presentado por Felafacs y Unesco (2009) ubicó 67 centros de enseñanza dedicados a la comunicación en Centroamérica. La situación que El Salvador ha mostrado en estos estudios es muy similar a la de la región. La comunicación es un campo joven y sus tradiciones no se encuentran documentadas. Una primera sistematización sobre las investigaciones vinculadas con la recepción y las audiencias se publicó en el boletín temático de ALAIC en 2005.¹ En ese año, en El Salvador se realizó el Primer Congreso Centroamericano de Facultades de Comunicación, auspiciado por FELAFACS; por primera vez, grupos importantes de investigadores y estudiantes de la región se dieron cita para discutir sobre el estado de las comunicaciones en nuestras universidades. Fue ahí donde Jesús Martín Barbero recordó el llamado para que “el comunicador se forme y se asuma como intelectual, no intermediario de los intereses mercantiles sino mediador de las demandas sociales y las diversas maneras de constituirse en ciudadanía” (Martín Barbero, 2005).

1 Posteriormente actualizado para la revista *Diálogos de la Comunicación* n. 73, en 2006.

Lo que presentamos a continuación no es un recuento de autores particulares, sino más bien un breve panorama de las temáticas que se han estudiado, tanto las evidentes y comunes, como aquellas que han resultado hasta hoy más propias de la región centroamericana por su contexto histórico peculiar. En este sentido, si bien hay cierto recuento cuantitativo, no es posible recoger de manera exhaustiva la totalidad de los trabajos que se han llevado a cabo, pues la documentación de la región es muy frágil.

Antecedentes históricos, institucionales y teóricos: la construcción del campo de la comunicación en El Salvador

El Salvador es uno de los países de Centroamérica, junto a Costa Rica y Panamá, que más temprano iniciaron carreras académicas en la región. De estos primeros años las publicaciones son escasas y el material disponible es, básicamente, tesis de graduación.

En el año de 1955,² la Universidad de El Salvador (UES) impartió los primeros cursos universitarios de Periodismo. La Licenciatura en Periodismo inició de manera formal en el año de 1958. Con esta carrera se buscó llenar el vacío de reflexión formal académica que existía en el país. La exigencia de los inicios fue la de profesionalizar a los periodistas empíricos que ejercían el oficio, pero también crear un relevo generacional que estuviera dotado de nuevas herramientas conceptuales y metodológicas.

En 1978 se creó la Escuela de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Dr. José Matías Delgado, institución privada. Ambas universidades (la nacional y la privada) siguieron las reformas establecidas por CIESPAL y ubicaron el periodismo como una disciplina dentro de la comunicación. La Universidad Matías Delgado tuvo un planteamiento generalista. Ahondaba en la literatura, el arte, la economía, pero no existía ningún proceso de especialización.

² Estos datos recopilados con mayor detalle y de manera sistemática en Quiñónez, Ramírez y Zalgüero (2004) y en Chorro y Balcáceres (2004)

En 1986, otra universidad privada, la Universidad Tecnológica, incorporó en su oferta académica relaciones públicas, comunicaciones y periodismo. Durante la década de 1980, debido a la guerra civil que se desarrollaba en la sociedad salvadoreña, la disciplina de la comunicación experimentó una creciente demanda; los periodistas extranjeros que hacían cobertura noticiosa para las agencias noticiosas internacionales, los procesos políticos y sociales apremiaron a cambios en la manera de ejercer el periodismo. Además de estas demandas, la intervención de la UES por el ejército y su cierre influyó para que universidades privadas ofrecieran con mayor sistematicidad carreras del campo de la comunicación.

La Universidad Centroamericana (UCA), por su parte, ofertó la especialización en medios de comunicación dentro de la Licenciatura en Literatura, desde la década de 1980. En 1990, inició la Licenciatura en Comunicación y Periodismo. El enfoque era, de nuevo, generalista y su discusión se mantuvo en los medios de comunicación. El pensamiento del rector de la UCA, Ignacio Ellacuría, sobre los medios (1990) y su posterior asesinato influyeron mucho en la conformación de la carrera ofrecida por dicha institución. Algunos periodistas extranjeros se ofrecieron a la docencia de manera solidaria, buscando conformar nuevos cuadros de periodistas críticos en un momento clave para la conformación nacional.

El contexto sociopolítico del país, en ese momento, era complejo para el ejercicio del periodismo y para la reflexión sobre comunicación. El enfrentamiento armado se prolongó hasta el año 1992. Esta realidad no solo matizó las propuestas académicas sino, en muchos casos, complicó la investigación que negoció el ritmo de sus urgencias. Al revisar las investigaciones de la década de 1980, e incluso la década de 1990, se evidencia una preocupación muy grande por investigar los discursos de los medios de comunicación y profesionalizar el ejercicio crítico del periodismo. Fue posterior a la firma de la paz que un país con una economía en construcción se abrió a nuevos ejercicios de la comunicación, que pasaban del periodismo

hacia la gestión institucional de la comunicación, al mercadeo, la publicidad y las relaciones públicas. Nuevas licenciaturas en estas áreas incrementaron la oferta existente y construyeron la base de investigación local a partir de los trabajos de graduación de sus estudiantes.

El investigador Mario Alfredo Cantarero señala que “hasta la década de 2000, en el ámbito universitario, se han producido aproximadamente 335 trabajos de graduación que son requisitos para obtener la licenciatura en cualquiera de las áreas de la comunicación social”. Distribuye la producción de estos trabajos por década. En la Tabla 1 podemos ver como la cantidad aumenta de manera exponencial hasta llegar a las cifras actuales.

Tabla 1: Trabajos de investigación realizados como requisitos de graduación en el área de comunicación en las distintas universidades salvadoreñas.

Década	Número de tesis elaboradas	Porcentaje
1960	1	0.3
1970	21	6.3
1980	71	21.2
1990	242	72.2
Total de trabajos	335	100

Datos tomados de Cantarero (2003)

Los trabajos de graduación son, pues, uno de los principales espacios de producción de conocimiento nuevo y local dentro de la academia salvadoreña. Por ello, la primera tarea en el trabajo de construcción de este mapa de audiencias fue cuantificar y sistematizar algunos datos básicos sobre dichos trabajos. En las tesis, el interés por los estudios de audiencia va cobrando forma a partir de este crecimiento.

En la Tabla 2 se muestran las tesis que retoman el interés por los estudios de recepción. No se incluye el total de trabajos elaborados por cada universidad, sino exclusivamente aquellos que guardan relación con el tema de la recepción y se ubican dentro de alguna

de las cinco corrientes enunciadas por Jensen y Ronsengren (1990). Incluimos, además, los libros publicados por editoriales universitarias que guardan algún tipo de relación con el tema de la recepción y las audiencias

Tabla 2: Listado de investigaciones sobre recepción elaboradas por las principales universidades de El Salvador

Centro de Estudios	Formato	Enfoque de los trabajos	Principales autores citados¹
Universidad de El Salvador	5 Tesis de pregrado	Corriente de estudios culturales y análisis de las audiencias	Mario Alfredo Cantarero (5) 2* Néstor García Canclini (4) Jesús Martín Barbero (3)
	1 libro	Análisis de audiencias: televisión	Mario Kaplún (3) Jeffrey Schrank (2) Enric Saperas (2)
Universidad Tecnológica	14 tesis de pregrado	Corriente de efecto de los medios	No disponibles
Escuela de Comunicación Mónica Herrera	1 tesis de pregrado	Corriente de efecto de los medios	Se trabajó con base en encuestas, sondeos y boletines de prensa.
Universidad Dr. José Matías Delgado	14 tesis de pregrado	Corriente efecto medios (10) Corriente de usos y gratificaciones (3) Análisis de audiencias (1)	Ignacio Martín Baró (6) * Mario Alfredo Cantarero (6)* Umberto Eco (3) Miguel de Moragas (3) Roman Gubern (3) Joan Ferrés (2) Guillermo Orozco (2) Jesús Martín Barbero (2)
Universidad Centroamericana José Simeón Cañas	2 tesis de pregrado ³	Corriente efecto de los medios	Ignacio Martín Baró (8) * Eduardo Stein (5) * Berger y Luckmann (2) Armand Mattelart (2)

Universidad Francisco Gaviria	2 tesis de pregrado 1 libro	Corriente efecto de los medios Análisis cuantitativo de audiencias	No disponibles
Total de trabajos	40	La corriente de efecto de los medios es la dominante	Mario Cantarero e Ignacio Martín Baró

* Autores cuyo trabajo intelectual y sus publicaciones han sido realizadas en El Salvador

La mayor parte de las investigaciones revisadas están enfocadas desde la corriente del efecto de los medios. Muchos estudios son, en este sentido, un intento positivista de aproximarse a un problema complejo que desborda los números al entrar en el terreno de lo cultural. Un caso ilustrativo es el de la Universidad Tecnológica. De los 14 trabajos disponibles y que se ocupan del tema las audiencias -el término recepción no aparece- 11 tienen en el título la palabra *influencia*, y tres más llevan en el título la palabra *efecto*. El enfoque en la gran mayoría de trabajos es completamente cuantitativo.

En la gran mayoría de los estudios se evidencia un enfoque conductista. En distintos trabajos aparecen citados psicólogos como Bandura para explicar el comportamiento de los actores sociales y su interacción con los medios. El planteamiento se mantiene: la influencia que ejercen los medios de comunicación sobre las audiencias es un efecto que se deja medir numéricamente.

Sin embargo, es posible encontrar propuestas interesantes que salen de los lugares comunes y de los estudios cuantitativos. Autores de América Latina que representan distintas corrientes teóricas aparecen como referentes y muestran un cuadro de contrapuntos.

La única institución que plantea el término de recepción en todos sus trabajos es la UES. Las tesis elaboradas ahí sobre el tema de recepción inician en 1996. Desde ese momento, plantean algunas aproximaciones cualitativas al fenómeno. Los temas de estos trabajos se muestran en la Tabla 3.

Tabla 3: Listado de títulos de tesis y metodología utilizada en la Universidad de El Salvador en el pregrado

Títulos de tesis	Metodología	Fecha
Recepción de prensa en los estudiantes universitarios del área metropolitana de San Salvador	Cuantitativa	1998
Recepción de programas infantiles de televisión de niños de 5 a 10 años en el departamento de San Salvador	Cuantitativa	1998
Recepción de radio en el sector femenino en El Salvador: análisis cuantitativo	Cuantitativa	1997
La recepción de cine en El Salvador: un acercamiento socio-cultural	Cualitativa	1997
La recepción radial en El Salvador: una aproximación cualitativa	Cualitativa	1996

Tanto en el caso de los trabajos elaborados por la UES, como por los otros centros de estudio, la investigación se enmarca con mucha fuerza en el análisis de recepción urbana, sobre todo en la capital, San Salvador. De los trabajos realizados, siete de cada diez se enmarcan en el espacio urbano, un 20 por ciento no especifica la ubicación geográfica de sus audiencias y uno de cada diez circunscribe su estudio al ámbito nacional. No hay un solo trabajo que delimite su investigación exclusivamente a un espacio completamente rural, al menos de manera explícita. El trabajo que más se acerca a ello es la tesis de maestría de Cantarero (1998) titulada *Hábitos de recepción radiofónica en El Salvador: una aproximación sociocultural*. Su aproximación contempla varios sectores, entre ellos los campesinos y los jóvenes. Aunque retoma la audiencia campesina, no se dedica de manera exclusiva a este tema rural.

Aunque la recepción que se produce en las ciudades es muy importante y tiene características particulares, las primeras aproximaciones evidenciaron un vacío en las aproximaciones a los espacios rurales. Esto puede tener dos explicaciones: que la educación universitaria se concentra en espacios urbanos, y que

se considera que el consumo cultural mediático de los sectores rurales es reducido. Esto último se ha matizado mucho a partir de las investigaciones en la siguiente década.

La revisión de estos primeros años pone en evidencia que la reflexión giró en torno a los medios de comunicación y la libertad de expresión. Las posibilidades de sistematizar las experiencias de investigación fueron muy reducidas, no hay revistas temáticas o números especializados en discutir la comunicación, mucho menos el tema de las audiencias. Lo único que se encuentran son los trabajos de graduación.

Algunos expertos en educación señalan que la región centroamericana da un salto cualitativo al instaurar los estudios de posgrado, es en este espacio académico donde la investigación cobra una fuerza novedosa. La tabla 3 muestra la relación establecida entre los pregrados y posgrados en las universidades de Centroamérica asociadas a Felafacs.

Tabla 4. Número de carreras en comunicación de universidades adscritas a FELAFACS

País	Pregrados	Postgrados
Costa Rica	6	3
El Salvador	10	3
Guatemala	7	
Honduras	6	
Nicaragua	4	
Total	33	6

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de FELAFACS

Es con el establecimiento de los posgrados, pero también con la internacionalización y profesionalización de los estudios de comunicación, que la situación de la investigación sobre audiencias ha iniciado un cambio, que todavía es poco visible en la cantidad de estudios que pueden encontrarse, pues la temática ha sido poco

abordada por las tesis de posgrado que se han llevado a cabo en el país.

La década de 2000: lo esperado y lo des-esperado de la investigación de audiencias

En julio de 2005 se llevó a cabo, en El Salvador, el I Encuentro Regional Centroamericano de FELAFACS: *Sociedad, democracia y derecho a la información*. De las más de 30 ponencias que se presentaron, solo una se refería al tema de las audiencias, la que presentó el investigador nicaragüense Arturo Wallace Salinas. Su trabajo fue más bien una constatación: “escuelas y facultades de comunicación en Nicaragua todavía se conciben a sí mismas -y actúan- principalmente como escuelas de periodismo, que buscan su legitimidad -y son legitimadas- por el éxito que alcanzan en su relación con los medios”, y luego una invitación a considerar las audiencias como un ámbito de estudio, de interpelación de la realidad comunicacional y de construcción de nuevas ciudadanías.

Las investigaciones que se han llevado a cabo en la región pueden ser agrupadas en dos categorías. Por un lado, aquello que es esperado y que, si revisamos las investigaciones, estados del arte y mapeos que se han llevado a cabo en otros países, se muestran como temas comunes. Por otro lado, encontramos ciertas temáticas que resultan más propias de la región, al menos en la manera de aproximarse al fenómeno. Nos ocupamos entonces de estos dos ámbitos.

a. Lo esperado

Al llevar esta actualización, hemos encontrado la predominancia de estudios desde las casas de publicidad y empresas consultoras de comunicación. La gran preocupación es aquí la audiencia como consumidora, como sucede en muchos otros espacios, estos trabajos se preocupan exclusivamente por audiencias urbanas y con cierto poder adquisitivo. Suelen llevarse a cabo en las tres

ciudades más importantes del país (Santa Ana, San Miguel y la capital, San Salvador) y no se ocupan de diferenciar a grupos minoritarios en su consumo. En todos los países centroamericanos existe una gran cantidad de consultoras de comunicación y casas publicitarias que llevan a cabo este trabajo que, en la mayoría de los casos, no está accesible al público. Estos análisis son puramente cuantitativos y se acompañan de muy poca discusión y reflexión. Puntúan rating, ranking, posicionamientos de marca, pero no suelen ofrecer mucho más que ciertos rasgos y patrones estéticos de los centroamericanos. En los países centroamericanos la producción nacional es muy poca. En la gran mayoría de los casos, se limita a cierta publicidad y los noticieros. En este sentido, más bien se puede ver cómo las estéticas de las grandes industrias culturales, sobre todo de México y los Estados Unidos, han configurado los gustos, las estéticas y las narrativas de las audiencias centroamericanas, en algunos casos con mayores niveles de polarización política en la estética que en otros.

Un segundo grupo de estudios de audiencia reúne a aquellos cuyo énfasis se encuentra en la opinión pública y las percepciones sobre la política local. Esta preocupación es constante en todos los países. Distintos institutos especializados de opinión pública, desde las universidades, desde los medios, a través de grandes casas encuestadoras (algunas desde países no centroamericanos) o incluso a partir de instrumentos llevados a cabo por los partidos políticos siempre existe un seguimiento sobre la audiencia como votantes. La pregunta de fondo que se busca responder en este tipo de estudios es qué afecta a los votantes. Por dónde circulan las narrativas y las subjetividades que pueden llevar a la gente a moverse a favor o en contra de una determinada causa. La fragilidad política de la región, a partir del golpe de estado en Honduras y la constatación de cierta debilidad institucional en muchos gobiernos de la región, hace que los datos sobre las audiencias se vuelvan clave. Estos estudios son puramente estadísticos y permiten tener cierta información limitada. Estos

trabajos han mostrado que en el caso de El Salvador, el género más consumido en las zonas urbanas son los noticieros y no programas de entretenimiento como las telenovelas o las películas. Sobre este hallazgo nos ocupamos más adelante.

En algunos países, (en este estudio hemos encontrado casos en Guatemala, Honduras y El Salvador) el conocimiento de las audiencias en su mediación política contribuye a construir mensajes de un nivel de polarización muy fuerte. Se apela para ello a mensajes burdos y de muy poca elaboración. En un esfuerzo por hacer una investigación cercana al criticismo literario, aplicado al ámbito amplio de los grandes medios masivos, varias investigaciones apuntan la manera de cómo los mismos medios con sus noticias y los publicistas creadores de la publicidad conciben al espectador en relación con la elaboración del discurso sobre los jóvenes pandilleros.

También se anota cómo, en el caso salvadoreño, el discurso "anticomunista" se configuró de una manera exitosa y produjo su propia lógica en la recepción de dicha narrativa. Las *ciudadanías del miedo* circulan y se construyen desde la reafirmación de mensajes por un lado populistas, pero también peligrosamente fundamentalistas. Estos estudios buscan responder cómo es la recepción a partir de los mensajes que se producen. Qué niveles de polarización política existen en las sociedades centroamericanas que recién se recuperan de largos conflictos armados y que no han cerrado aún sus procesos de reconciliación.

La construcción social del otro y la búsqueda de chivos expiatorios (Girard, 1986) se vuelven clave desde los medios y buscan claramente producir un impacto en las audiencias. Esta realidad pone sobre la mesa de discusión la distancia de los mismos espectadores sobre dichos mensajes, la manera como se establecen negociaciones desde matrices culturales, que al mismo tiempo son de complicidad pero de resignificación y utilización de los planteamientos.

Un tercer ámbito del esperado mapa se refiere a los estudios de recepción propiamente dicho. Pensados en su sentido más amplio, aparecen con mucha fuerza en la región ya en la década de los 90, con la proliferación de las carreras de comunicación y, en parte, empujados por la necesidad creciente de estudios de graduación diferenciados. Esto lleva, como señalamos anteriormente, a que varias universidades produzcan estudios concretos y localizados con los jóvenes de pregrado aunque, ya dijimos, los posgrados también empiezan a destacar, en los últimos cinco años.

Las tesis que se han documentado trabajan de manera diferenciada desde los distintos enfoques señalados ya en los años 90 por Jensen y Rosengreen (1990), y retrabajados posteriormente por Guillermo Orozco Gómez (2002, 2001 y 2000): la tendencia mayoritaria es a revisar los efectos de los medios en distintos grupos de audiencias (en muchos casos, grupos muy pequeños como jóvenes de un barrio o radioescuchas de cierta emisora); en la revisión de las tesis no se encontró estudios que estuvieran vinculados con propuestas más novedosas, que problematicen el abordaje de la recepción de manera teórica y que complejicen el análisis.

En general, los estudios de pregrado sobre recepción se han hecho desde los lenguajes más tradicionales (lecto-escritura, radio y televisión) con un énfasis muy grande en el consumo televisivo y en la comunicación educativa. Los estudios sobre el consumo de internet, videojuegos, el celular, las tecnologías y la manera como los jóvenes se apropian de ella son todavía muy incipientes (ver tabla 4).

Otro ámbito fundamental que nos interesa destacar es que la preocupación por los estudios de recepción no se encuentra exclusivamente en la comunicación como disciplina; muchos de los trabajos encontrados y llevados a cabo por estudiantes se sitúan en el ámbito más amplio de las ciencias sociales: la psicología, la

historia, la sociología y la antropología, en muchos casos, tiene aproximaciones novedosas que no solo amplían el horizonte de discusión teórica, sino que aportan metodologías para ir hacia las audiencias.

Tabla 4.

Temas de tesis de pregrado preparadas en la Universidad de El Salvador, vinculadas al estudio de la recepción, en la primera década de 2000
<ul style="list-style-type: none">• Análisis del discurso político difundidos por los medios de comunicación escritos de El Salvador y Estados Unidos.• Estudio de los medios de comunicación en las culturas populares latinoamericanas a través de Jesús Martín Barbero.• Incidencia de los medios de comunicación en la generación de posibles conductas delictivas.• Influencia de los medios de comunicación en la orientación ideológica de la ciudadanía en los procesos electorales 2009.• Influencia de los medios de comunicación escritos en los procesos judiciales.• La incidencia de los medios de comunicación social en la presunción de inocencia.• La participación de los medios de comunicación en el diálogo en El Salvador.• Los juicios paralelos de los medios de comunicación escritos y su incidencia en procesos judiciales.• Los medios de comunicación social instrumentos para la educación y la cultura.• Los medios de comunicación electrónicos relacionados con el inicio de relaciones coitales en los adolescentes de 15 a 19 años de edad del complejo educativo Joaquín Rodezno, durante el período de septiembre-octubre 2007.• Análisis de la violencia en la televisión comercial, aceptación o rechazo por parte de las audiencias.

En este sentido, hay un último ámbito, también esperado, y tiene que ver ya no solo con los trabajos de los estudiantes de pregrado (y en menor medida de posgrado), sino sobre todo con la influencia que ha tenido en la región una nueva generación de profesionales de la comunicación y de docentes que se han formado en programas de posgrado (maestrías, doctorados y posdoctorados) tanto en comunicación como en distintos ámbitos de las ciencias sociales.

Estos profesionales, con estudios en los Estados Unidos, México, Chile, Argentina, Colombia, España y Francia, han impulsado en la región nuevas inquietudes epistemológicas y metodológicas, que han enriquecido los estudios de audiencia y que han llevado a la región a dibujar algunos rasgos sobre los estudios desde su propia especificidad histórica.

b. El mapa des-esperado

¿Qué destaca en El Salvador como ámbitos más desarrollados y específicos? ¿Cuáles son las primeras contribuciones encontradas en este mapa que empieza a dibujarse?

Se han llevado a cabo en estos años nuevos estudios de consumo cultural. Una aproximación en cierto sentido distinta a la que se lleva a cabo desde las empresas de mercado. El intento de sistematizar y de llevar a cabo diagnósticos iniciales del consumo cultural en su sentido amplio y que sirvan como punto de partida para elaborar planes nacionales de cultura y nuevas políticas culturales pensadas desde el consumo real de la realidad de la región. Responder a esa vieja pregunta de *de qué hablamos cuando hablamos de cultura* ha sido un camino largo en nuestra región. En Centroamérica, la cultura pasa por unos espacios propios. Entender y asumir que la televisión, la comida, la cumbia o la fiesta patronal; asumir las riquezas y las nuevas vivencias de lo popular son parte de este proceso.

En El Salvador se inició hace tres años un proceso de Diálogo Nacional por la Cultura, que concluyó con el cambio de gobierno en 2009 (Concultura/Unimer 2007 y Concultura, 2007). Esta experiencia también se ha llevado a cabo, con sus particulares matices, en otros países de la región, gracias a ello, la región cuenta con unos primeros diagnósticos culturales que permiten pensar las políticas culturales desde la recepción, desde las audiencias.

La apuesta no es por descentralizar la cultura (que también está esto implícito), sino sobre todo por quitar del centro la visión letrada de la cultura. El intento es mapear por dónde pasan ahora las narrativas de la región y desde qué historias nos contamos, con qué palabras, con qué medios decimos lo que somos. Superada la época de la “comunicación alternativa” o de los “medios pobres”, una nueva estética se reinventa, y sin embargo mantiene sus espacios críticos en los que los consumidores se vuelven productores, en donde el relato oficial se vuelve solo el pre-texto para la discusión; estos estudios van desde los diagnósticos globales, hasta la etnografía de realidades específicas sobre cómo se vive el hip hop y la cultura del graffiti en países como El Salvador, Honduras y Guatemala, donde la criminalización de los jóvenes se construye desde el Estado y cada vez con mayor fuerza.

La investigación ha pasado por contar qué cabe dentro de las culturas populares y como éstas recuperan procesos de memoria histórica que cuentan las revoluciones, las masacres, la guerra, pero también la migración y las nuevas discusiones sobre derechos humanos. Ciertos estudios y aproximaciones cuentan estos consumos y la producción-recepción que se da a partir de dichos procesos.

De estos estudios hay dos temas que nos interesa destacar como fundamentales. Primero, si la audiencia rompe con los cánones tiempo–espacio, como sostiene Guillermo Orozco (2001), pensar

las audiencias es pensar, sobre todo en nuestros países, los nuevos-viejos procesos de migración y las transformaciones que dichas movilizaciones están implicando en las culturas centroamericanas (Benítez, 2005). Si bien la migración se ha vuelto un tema de moda, en muchos ámbitos de nuestro mundo globalizado, en El Salvador la urgencia es más evidente.

Los procesos han cambiado y se han acelerado en los últimos años, haciendo que más de dos millones de salvadoreños vivan fuera del territorio nacional. De Milán a Washington, de Melbourne a Calgary, los estudios nos muestran cómo los medios y las tecnologías son *el Espacio* cotidiano de negociación de poder cuando la familia está aquí y allá; nos muestran cómo desde el teléfono celular se mantienen nuevas rutinas y ritualidades de vida cotidiana, se negocian y establecen nuevos roles, nuevas formas y nuevos espacios de ser, momentos donde el ausente se vuelve presente. Nuevas apropiaciones de la tecnología que ya no pasan por las categorías tradicionales de clase social o nivel educativo. Estudiar las audiencias en la migración es, en alguna medida, pensar en los nuevos límites y las nuevas fronteras que pasan por lo virtual.

Segundo, la relación perversa que se establece entre las narrativas y los miedos que configuran nuestras sociedades y que se ha estudiado ya en otros países de la región. Desde Susana Rotker (2000) y Rossana Reguillo (2002), varios pensadores han señalado la relación entre las narrativas de los medios y los miedos como un ámbito fundamental. Pensar las audiencias es también recordar que en la región se encuentra el país del mundo donde hay más asesinatos violentos sin que exista un conflicto armado o una guerra evidente (El Salvador). Una serie de estudios se aproximan y nos muestran cómo son estos procesos de negociación entre las audiencias y los relatos del miedo, las nuevas ciudadanía del miedo que se construyen para el interés de políticos, de las nuevas agencias privadas de seguridad, de grandes mafias de narcotráfico

y crimen organizado que encubren sus propias formas de violencia achacándola a jóvenes de pandillas que posteriormente se han vinculado al crimen organizado y han mutado a nuevas formas de violencia. ¿Qué sucede en esta interrelación entre el relato y lo que percibimos? Varios estudios trabajan este tema; destaco por ahora la experiencia individual llevada a cabo por una artista, pintora, Mayra Barraza, que en su blog *Cien días en la república de la muerte* recoge mucho de este tema; durante cien días, la autora decide tomar las noticias sobre violencia, comentarlas y mostrar las víctimas y sus victimarios de otra manera. Su ejercicio provoca una interesante reacción que puede ser seguida desde el sitio y que va desde la reflexión y la discusión, hasta la amenaza por visibilizar y discutir un problema fundamental para la región. La realidad de violencia obliga también a que los medios vuelvan a preguntarse por la manera como construyen el hecho noticioso de violencia; al final, estas reflexiones llevaron a que, en El Salvador, desde el concepto de moda de responsabilidad social empresarial, se llevara a cabo un acuerdo en el que 14 medios de comunicación, de prensa, radio y televisión, firmaran un acuerdo sobre el tratamiento de la violencia.

Agenda para una nueva década: visibilizar

Aproximarse al trabajo que se ha llevado a cabo desde las audiencias es un campo abierto de posibilidades. Se trata de recordar que la discusión metodológica no está agotada y que apenas inicia. Se trata, como nos ha señalado Nilda Jacks, de “pensar las relaciones comunicativas entre los medios y sus audiencias a través de una densa trama teórica, operacionalizada por una multimetodología que dé cuenta de la complejidad de fenómenos que ocurren en el circuito de producción-mensaje-recepción, todos contextualizados en una realidad histórico-cultural” (Jacks, 2002, pág. 28).

Esto implica por supuesto niveles distintos de discusión. En primer lugar, en el caso salvadoreño, es clave investigar qué está sucediendo

con estas mediaciones particulares de su contexto, las migraciones, la violencia, y la manera como estas están reconfigurando los procesos de consumo.

En segundo lugar, un ámbito clave de la investigación pasa por un mapeo más sistemático sobre los diversos consumos culturales. En esta investigación nos parece importante cuidar los dos peligros extremos que hemos encontrado en los estudios de consumo cultural que se han llevado a cabo en la región centroamericana: una noción de cultura totalmente reducida, que se construye desde el proyecto moderno e ilustrado y que termina reduciendo el consumo cultural al consumo de arte, a un público distinguido y específico; o una noción de cultura tan amplia que hace que todo quede dentro y le niega a la cultura su especificidad simbólica. Nos parece clave un mapeo que nos permita cartografiar qué está sucediendo en la apropiación de las nuevas tecnologías. Que nos permita decir qué sucede en un país que tiene 5.7 millones de habitantes censados en 2007 y 6.9 millones de usuarios de celular registrados. De qué manera se transita y se resignifican los espacios comerciales, qué nuevas nociones de familia, trabajo o proyecto de vida se negocian a partir de estos consumos.

Una tercera consideración es que, en países como El Salvador, es urgente llevar a cabo estudios que muestren específicamente la manera como los públicos se sitúan ante la mediación situacional, en particular en todo lo vinculado con los desastres ambientales. La región centroamericana ha sido particularmente vulnerable a inundaciones, huracanes, epidemias repentinas de gripes desconocidas, terremotos. La manera como se construye socialmente la visión del desastre está mediada por los medios de comunicación y se pone en evidencia en cada nueva emergencia. El consumo de los públicos varía y se trastoca en esos “tiempos de excepción”, que pasan lejos de la diversión y construyen nuevos miedos, nuevas incertidumbres.

Otro elemento clave en nuestras sociedades es problematizar y discutir el consumo y los procesos de recepción con las reconfiguraciones que

se dan en la construcción de la ciudadanía, desde esta concepción de ciudadanía democrática radical trabajada por Chantal Mouffe, que no suscribe la adhesión racional a principios universales, sino que se concibe como “un ejercicio de la democracia en las relaciones sociales, que son siempre individuales y específicas, lo que requiere una real participación en las prácticas sociales que tejen la trama tanto del Estado como de la sociedad civil” (1999, 21).

En países polarizados y con una institucionalidad tan frágil como los de la región centroamericana resulta clave revisar de qué manera el consumo de blogs, de redes sociales, de cierta caricatura política que transita por los medios masivos pero sin recurrir necesariamente al discurso oficial permite la participación, la objeción, la distancia, esa *caza furtiva* que Michel de Certeau señalaba y que permita a El Salvador y a la región complejizar un análisis político que todavía sigue pasando por las concepciones tradicionales de los partidos políticos y se mueva a una reflexión densa sobre el poder. Un punto fundamental en esto es trabajar estudios de audiencia específicos para los medios alternativos de comunicación, en El Salvador existe una red grande de radios y otros medios alternativos asociados a dos espacios internacionales, AMARC y ALER. Sin embargo, los estudios más recientes de audiencia tienen al menos cinco años de haberse realizado. El director de la Asociación de Radios y Programas Participativos de El Salvador (ARPAS), Leonel Herrera, ha enfatizado en distintos momentos esta necesidad.

Finalmente, nos parece clave trabajar las audiencias como posibilidad de ampliar el lugar de la interpretación y llevarlo, como señalaba Ricoeur, a la comunicación viva. Es clave revisar los planes de estudio de la región centroamericana y visibilizar las audiencias, que por ahora han sido, en la región, un campo de intervención y estudio casi exclusivo de las casas de publicidad y mercadeo.

Bibliografía

Benítez, José Luis, *Communication and collectives identities in the transnational social space: a media ethnography of the salvadoran immigrant community in*

the Washington D.C. Metropolitan Area, Dissertation for de degree Doctor of Philosophy, Ohio University. EE.UU, 2005.

- Cantarero, Mario, *Hábitos de recepción radiofónica en El Salvador: una aproximación sociocultural*, Tesis de Maestría, Universidad Autónoma de Barcelona, España, 1998.
- Cantarero, Mario, *Investigación de la comunicación. Paradigmas y aproximaciones al usuario*, Mimeo, San Salvador, 2003.
- Chorro, Jazmín y Balcáceres, Pablo, *Revisión y análisis de las propuestas teóricas sobre formación del comunicador en los artículos publicados en los principales portales de Internet sobre comunicación desde enero de 2000 hasta junio de 2004*, Tesis de Licenciatura, Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, San Salvador, El Salvador, 2004.
- Ellacuría, I., *El periodismo en una sociedad en crisis*, Asociación de Periodistas de El Salvador/ Publicorp, San Salvador, 1990.
- Girard, R., *El chivo expiatorio*, Anagrama, Barcelona, 1986.
- Jensen, K. y Rosengren K. (1990). Five Traditions in Search of the Audience. En *European Journal of Communication*. 5 (1990), págs. 207-238.
- Jensen, Klaus y Rosenberg, Karl, "Five traditions in search of the audience", *European Journal of Communication*. June, 1990, pp207-238.
- Martín Barbero, J. (Julio de 2005), *Carta a los comunicadores centroamericanos que se reúnen en El Salvador*, Bogotá – San Salvador, (CD de Congreso).
- Mouffe, Ch., *El retorno de lo político. Comunidad, ciudadanía, pluralismo, democracia radical*, Paidós, Barcelona, 2005.
- Orozco, Guillermo, *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. Guadalajara: Universidad Nacional de la Plata-Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, A.C., 2000.
- Orozco, Guillermo, *Televisión, audiencias y educación*, Norma, Bogotá, 2001.
- Orozco, Guillermo. Travesías de la recepción en América Latina. En Guillermo Orzoco (comp.) *Recepción y mediaciones. Casos de investigación en América Latina*. (págs. 15-23), Norma, Bogotá, 2002.
- Quiñónez, Ariel; Ramírez, Sofía y Salguero, Silvia, *El comunicador institucional salvadoreño: concepciones y perfil*, Tesis de Licenciatura, Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, El Salvador, 2004.

Reguillo, Rossana, "El otro antropológico, poder y representación en una sociedad sobresaltada" *Análisi* N° 29, 2002. En línea: <http://www.bib.uab.es/pub/analisi/02112175n29p63.pdf>

Rotker, S., *Ciudadanías del miedo*, Nueva Sociedad, Buenos Aires, 2000.

Wallace Salinas, A., ¿Receptores, audiencias o ciudadanos? Redefiniendo los términos del debate sobre el libre acceso a la información, 2005. En línea: <http://www.uca.edu.sv/deptos/letras/encuentro/memorias/11receptoresaudienciasciudadanos.pdf>