

Título: Analizando la recepción de medios: reflexiones en relación a la aplicación de la metodología cualitativa y presentación de un caso de investigación reciente

Title: Analyzing media reception: thoughts on the application of qualitative methodology and presentation of a recent research case

Prof. Alejandra Martínez¹

Resumen

Este escrito recorre algunas de las teorías de la recepción de medios más difundidas académicamente poniendo énfasis en las metodologías de la investigación utilizadas por sus autores. Además, y a modo de ejemplo, muestra datos obtenidos a partir de un trabajo de investigación desarrollado por la autora entre 2006 y 2007. El objetivo central de dicho trabajo fue analizar la manera en que niñas y niños de la ciudad de Córdoba, de entre 8 y 9 años, que provienen de condiciones objetivas de existencia diversas, construyen discurso en torno a las normas de género en instancia de recepción de un film infantil.

Abstract

This paper tackles some of the most popular media reception theories emphasizing the methodologies used by their authors. Besides, and as an example, the article shows data obtained from a research work developed by the author between 2006 and 2007. This research's main objective was to analyze how girls and boys from the city of Córdoba (Argentina) of ages between 8 and 9, which belong to different socioeconomic levels, build discourse around gender norms while watching a children's movie.

Palabras clave: recepción de medios, metodología cualitativa, films infantiles

Key words: media reception, qualitative research, children's movies

I – Introducción²

Analizar los discursos que se producen en recepción implica entender a los espectadores de los medios como sujetos activos que *usan* los contenidos periodísticos, de entretenimiento, o de otro tipo, con el fin de confrontarlos generando una ruptura, o bien aceptarlos como válidos, apropiárselos y reproducirlos.

¹ Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires, Magister en Sociología (CEA-UNC) y Lic. en Publicidad (UEs21). Actualmente se desempeña como becaria Postdoctoral de CONICET y es profesora de la materia *Sociología de los medios de comunicación* en la UEs21.

² Este escrito fue desarrollado como una reflexión inicial al capítulo que luego se publicaría en el libro *Investigación Cualitativa en Ciencias Sociales: temas, problemas y aplicaciones*. Aldo Merlino (coord.) (2009) Buenos Aires: Cengage Learning

La idea de que los discursos mediáticos se imponen a un conjunto de sujetos que los reciben pasivamente y que, a la vez, ven sus acciones afectadas por los medios, ha pasado a ser actualmente una visión perimida en el contexto de los avances que ha tenido la investigación en comunicación en el terreno de la recepción. Según Dayan, los receptores “buscan construir de forma activa el sentido de las emisiones o de los programas” (1997:18).

En este escrito pondremos en discusión algunos de los trabajos que se han realizado en relación con los estudios de recepción de medios, intentando identificar aspectos positivos y negativos de los diferentes métodos y técnicas de investigación que se han aplicado. Tomaremos algunos de los estudiosos más renombrados de Europa y Estados Unidos así como casos específicos de estudios realizados en Latinoamérica.

Para ejemplificar un caso de investigación reciente, en el que aplicamos la metodología cualitativa de investigación en recepción, mostraremos datos obtenidos en un estudio cuyo objetivo principal fue analizar el modo en que niños y niñas, de entre 8 y 9 años de edad, provenientes de diversas condiciones objetivas de existencia, producen discurso en torno a sus representaciones de las normas de género. Entendemos a las normas de género (Tomasini, 2004; Mayobre, 2004) como regulaciones sociales que marcan pautas de comportamiento válidas y legítimas tanto para varones como para mujeres y que suelen estructurarse por oposición: es decir, como una manera de definición del género que implica suprimir los aspectos femeninos en los varones y los masculinos en las mujeres.

El estudio se realizó en el contexto de recepción de films animados infantiles. Para este escrito tomaremos el caso de un grupo de niños y niñas provenientes de uno de los sectores más pobres de la ciudad de Córdoba, y veremos cómo, en sus discursos, tienden a rescatar y reproducir (y valorar positivamente) aquellos aspectos presentados en los contenidos mediáticos que están relacionados con la violencia.

II – Experiencias de investigación en comunicación: los trabajos en recepción

Entre las propuestas que lograron mayor trascendencia entre los estudios de la recepción de medios se encuentra la teoría de *Usos y Gratificaciones*. Esta hipótesis, que presentaron durante los años '40 en Estados Unidos Katz, Blumner, Gurevitch y Rosenberg, entre otros estudiosos de la Mass Communication Research, incorporaba nuevas significaciones al vínculo medios-audiencia, y comenzaba a restar importancia a las concepciones que otorgaban un enorme poder persuasivo del emisor. La concepción de la “aguja hipodérmica” o “bala mágica”, que había sido el paradigma dominante hasta el momento, empezaba a cuestionarse. Usos y Gratificaciones entendía al receptor como un sujeto activo quien, dado un determinado contexto de exposición, hacía *uso* de los contenidos mediáticos en forma voluntaria y selectiva con el objeto de satisfacer necesidades psicológicas, cognitivas, de diversión, entre otras.

Los autores involucrados en la hipótesis de Usos y Gratificaciones no consideraban que los contenidos difundidos por los medios funcionaran como una “aguja hipodérmica”, no ubicaban al receptor en un rol pasivo, limitándose a recibir lo que los medios de comunicación tuvieran para imponerles, sino que lo entendían como un sujeto activo, selectivo y al tanto de sus necesidades en el proceso comunicativo.

El abordaje metodológico que proponían estos autores nacía del concepto de que los receptores podían identificar sus motivaciones y necesidades al consumir mensajes mediáticos, y que tenían la capacidad de transmitírselas al investigador. Desde tal posición, quienes sostenían la hipótesis de usos y gratificaciones llevaron a cabo una gran cantidad de estudios sobre audiencias recabando datos (a través de cuestionarios)

que hablaban sobre las percepciones de los sujetos receptores sobre las necesidades que el uso de los contenidos mediáticos satisfaría.

Una crítica recurrente que se les hizo a los investigadores que se ubicaron en esta línea, y con la cual coincidimos, fue que las conclusiones que se extraían aplicando esta propuesta, teórica y metodológica, eran de corte meramente descriptivo y de pobre valor explicativo. Destacamos, sin embargo, la importancia que tuvo la teoría de usos y Gratificaciones para dar luz sobre la importancia del espacio del receptor en el contexto del estudio de los medios masivos. La teoría mencionada fue uno de los primeros esfuerzos serios que se hicieron con el objetivo de analizar las prácticas y representaciones de los espectadores.

En el marco de los estudios críticos sobre las audiencias, un referente importantísimo fue el Centro de Estudios Culturales Contemporáneos de la Universidad de Birmingham. David Morley (1980) fue uno de sus mayores representantes y quien se ocupó de desarrollar, en los años '70, el conocido trabajo de investigación sobre las audiencias del programa *Nationwide*.

La utilización del método cualitativo, a través de la técnica de grupo de enfoque, le dio la posibilidad a Morley de generar una teoría respecto de la recepción de medios. Morley en 1985 revisó y amplió su propuesta, abocándose a realizar entrevistas a receptores en el contexto de sus propios hogares. El autor intentó así explicar la situación de recepción, vinculándola con variables de estratificación social, género y ocupación, entre otros. Su propuesta resultó y resulta de gran interés, ya que fue una de las primeras en utilizar análisis interdisciplinarios de la comunicación en general, y de la recepción en particular, a través del cruce de la mirada semiótica y sociológica de las audiencias.

Otro autor que es un referente en los estudios de recepción es John Fiske (1987). Fiske se basó en los trabajos de Michel De Certeau y Stuart Hall y trabajó en el análisis del consumo popular de medios y en el valor de la interpretación de los contenidos producidos por los bloques de poder. En relación con este último aspecto, se pone en relieve la concepción de *uso* del mensaje que valoriza De Certeau (1996) en su propuesta. Entre las críticas que se le hacen a Fiske y a De Certeau, aparece la escasa evidencia empírica que obtienen en relación con las audiencias. Lo que tendieron a hacer estos dos autores, fue aplicar el análisis semiótico a corpus mediáticos objeto de sus estudios, pero sin avanzar en análisis de los discursos producidos por los propios receptores.

Otro trabajo frecuentemente referenciado respecto de los estudios de audiencias fue aquel que se basaba en la recepción de la serie *Dallas*, realizado por Ien Ang en 1985. La autora se preguntó por el éxito mundial de la serie, y se ocupó de analizar las representaciones de los televidentes consumidores del programa.

Una particularidad metodológica en relación a este trabajo fue que los corpus textuales analizados por Ang, llegaban a ella en forma de cartas que le enviaban seguidores de la serie. En su mayoría mujeres, estas televidentes habían respondido a un aviso en el periódico en el que Ang solicitaba a las personas (que siguieran la serie *Dallas*), que le escribieran contándole qué era lo que las motivaba a consumirla.

George Gerbner por su parte, se refiere en su texto *La violencia y el terror en los medios de comunicación de masas* (1990) a experimentos que se han realizado en torno a los estudios de recepción que indicarían que la exposición de los receptores a escenas violentas los llevarían a actuar agresivamente, pero el autor desconfía de este tipo de resultados dada la extrema artificialidad de la situación de exposición y recolección de los datos que sugerirían estos resultados.

También en Latinoamérica el interés por analizar los procesos de recepción fue y sigue siendo creciente, y lamentablemente muchos desarrollos de gran interés no han tenido la difusión esperada. Los analistas de la comunicación latinoamericanos han llevado a cabo una gran cantidad de estudios con la finalidad de abordar los procesos que se generan entre medios y audiencias. Dos reconocidos estudiosos de la recepción son Valerio Fuenzalida y Guillermo Orozco Gómez.

Guillermo Orozco Gómez (2004) subraya la importancia de las *mediaciones* que se producen entre el medio de comunicación y los receptores. El autor desarrolla sus estudios apoyándose fundamentalmente en el método cualitativo, triangulando técnicas de recolección de datos tales como la entrevista, la observación y la historia de vida. Entiende que la interdisciplina es la mejor estrategia para abordar la problemática de las audiencias y toma elementos del psicoanálisis, la sociología y los estudios culturales, considerando al receptor en su psicología así como en su contexto de exposición y existencia.

Orozco Gómez considera diversos elementos que forman parte del contexto del receptor; la familia, sus características demográficas (género, edad, etnia) y la mediación tecnológica al momento de tomar contacto con los medios a través del aparato televisivo y su discurso específico.

Valerio Fuenzalida (2004), en sus trabajos sobre la recepción trabaja con el método etnográfico, partiendo de la idea de que investigar las prácticas de recepción en el propio entorno hogareño, brinda al investigador un abordaje menos artificial de la situación concreta de recepción. Critica una técnica que frecuentemente es utilizada en los estudios cualitativos de medios, el grupo de enfoque, por la artificialidad que sugiere la estructuración de la situación comunicativa.

Fuenzalida afirma que el mejor modo de aproximarse analíticamente a la audiencia es “integrar la observación de las conductas cotidianas en el hogar con las verbalizaciones de significación, proferidas por los televidentes en esas mismas situaciones de recepción” (2004: s/d)³. No acuerda con las técnicas que llama “de laboratorio” para analizar la recepción, proponiendo en cambio un acercamiento triangulado con el objetivo de conseguir datos de diversas características (entrevistas y observación, por ejemplo). Se inclina específicamente por el entorno hogareño como espacio para observar situaciones de recepción televisiva, valorando un espacio-tiempo en el que los sujetos se relajan y usan los contenidos televisivos para distraerse.

Entendemos, junto a Fuenzalida, que la triangulación metodológica es una herramienta de gran valor cuando se trata de abordar procesos sociales, sin embargo, no coincidimos en la idea de que sumando la observación a la técnica de entrevista (u otro tipo de técnica de registro), se favorece la “naturalidad” de los sujetos en la captura de los datos. Creemos que la aproximación a prácticas “reales” de los televidentes siempre es acotada, y que una técnica determinada de investigación no representa, en sí misma, necesariamente un obstáculo, aunque sí puede serlo la manera en que es aplicada.

III – La utilización del método cualitativo en el estudio de la recepción

En los Estados Unidos, entre las décadas del '40 y el '60, la teoría de los efectos limitados (“Two step flow of communication”) y la propuesta de Agenda Setting, se constituyeron como el marco teórico y metodológico para una gran cantidad de investigaciones de corte cuantitativo. Los trabajos realizados apuntaban en general a la obtención de datos orientados a conocer la relación existente entre la propaganda

³ Disponible en <http://www.eca.usp.br/alaic/boletim20/valeriof.htm> (Consultado Mayo 2008)

mediática, en épocas electorales, y las prácticas de los votantes. El desarrollo de estos estudios se daba en el marco del paradigma positivista, y, en particular, desde la mirada estructural funcionalista predominante.

Muchos estudios sobre audiencias se desarrollaron utilizando encuestas en las que se consultaba sobre las preferencias de los sujetos en relación a la programación televisiva, o bien en torno a sus percepciones sobre los mensajes de los medios.

Si bien la utilización de la encuesta en la investigación sobre medios se encuentra muy difundida, el método cuantitativo aplicado a los estudios de la recepción, presenta, a nuestro juicio, algunas dificultades. Uno de los puntos que vemos como más dificultosos tiene que ver con el instrumento utilizado. El cuestionario es diseñado a partir de hipótesis y conceptos teóricos, y, por la lógica misma de su generación, corre el riesgo de reproducir las prenociones del investigador, quien selecciona sobre qué preguntar y qué alternativas de respuesta tendrá el encuestado.

Esta forma de esquematización puede resultar en que el encuestado no encuentre la oportunidad de expresar sus propias representaciones e ideas sobre el contenido mediático observado (la película, el programa televisivo, el spot publicitario, etc.), debiendo limitarse a responder entre las opciones del cuestionario que se le presenta. Para el encuestado, las respuestas posibles se encuentran acotadas a los aspectos previstos por el investigador al momento de diseñar el instrumento y luego de un cuidadoso trabajo de estudio, identificación y operacionalización de variables.

Es posible que en determinados estudios que, por sus objetivos (descripciones de consumo de medios, frecuencia, etc.) o por su alcance (tal es el caso del trabajo realizado por Jo Groebel en 1999) una estrategia cuantitativa sea la única posible. Sin embargo, creemos que si un estudio de la recepción tiene como objetivo indagar sobre significaciones que exceden la descripción de percepciones y rituales (mediáticos) puntuales, la investigación cualitativa encuentra, en su aplicación, la oportunidad de captar la emergencia de un amplio abanico de representaciones que no fueron previstas por el investigador y que son de gran riqueza interpretativa.

IV – Una experiencia reciente en estudio de la recepción trabajando con niños

Entre 2005 y 2007 desarrollamos un trabajo de investigación cuyo objetivo fue analizar el modo en que niños y niñas de entre 8 y 9 años, pertenecientes a condiciones objetivas de existencia diversas, constrúan discurso –en instancia de recepción- en torno a sus representaciones de las normas de género.

Según Piaget (1994), entre los 7 y los 11 años se da una etapa del desarrollo cognoscitivo que él denominó de las *operaciones concretas*. En estos años de su vida “el niño aprende las operaciones lógicas de seriación, de clasificación y de conservación. El pensamiento está ligado a los fenómenos y objetos del mundo real” (Meece, 2000:103). Es a partir de los 7 años que el niño muestra una menor rigidez y una mayor flexibilidad mental, y comienza a manejar todo un conjunto de competencias comunicacionales. En esta etapa, los niños comienzan a realizar abstracciones reflexivas y a utilizar sistemas de clasificación jerárquica para encontrar orden en su ambiente.

Estimular la producción discursiva entre niños y niñas de corta edad no es una tarea sencilla. Para lograrlo, debíamos analizar muy cuidadosamente qué técnica utilizar y qué instrumento diseñar. Reconsiderando los elementos propuestos en los objetivos específicos del trabajo de investigación, decidimos que la técnica que nos permitiría obtener mayor riqueza en los datos sería el grupo de discusión (o grupo de enfoque). La técnica grupal (y su carácter relacional e interactivo) ofrecía diversas ventajas para un

trabajo como el mencionado, que se pregunta por las representaciones que tienen miembros de distintos sexos sobre las regulaciones que definen las identidades de género.

Las discusiones se llevaron a cabo en el ámbito áulico (los terceros grados) de distintas escuelas, y trabajamos con niños y niñas en el horario escolar. Este esquema de trabajo nos permitió varias cosas: no sólo conseguimos que los niños entrevistados expresaran sus ideas en torno a los temas sobre los que nos habíamos propuesto indagar, sino que, además, tuvimos la posibilidad de reunir agentes sociales de características similares en tanto condiciones objetivas de origen. Para el trabajo seleccionamos grupos de sujetos en función de su asistencia a diferentes tipologías de escuelas de la ciudad de Córdoba, instituciones que, por sus características, (considerando fundamentalmente posesión de capital económico y cultural de las familias de los niños y niñas), son plausibles de asociar a diferentes estratos sociales⁴.

Antes de la realización del trabajo de campo, desarrollamos una primera etapa que consistió en analizar discursivamente un corpus de películas animadas infantiles de gran difusión. Luego, uno de esos films se seleccionaría y proyectaría a los niños y niñas (el film seleccionado fue “La bella y la bestia” de la compañía Disney). Una idea fundamental fue facilitar, a través de diversos estímulos, la producción discursiva de los niños y niñas relacionada con las normas de género, las pautas sociales entendidas como legítimas, sus valoraciones, etc.

V – El análisis de datos obtenidos en instancia de recepción

V.1 – Discursos infantiles en torno al film

Los discursos de las niñas y niños entrevistados tendieron a girar, en general, en la recuperación y reproducción de las representaciones de las normas de género propuestas por la película proyectada. La mayoría de los entrevistados se inclinó por caracterizaciones históricamente legitimadas y aceptadas en torno a lo que supone, socialmente, ser varón o ser mujer. Una tendencia común de todos los grupos fue apropiarse de gran parte de las representaciones del discurso cinematográfico para definir sus propias concepciones en torno a la feminidad y masculinidad.

Llegado este punto es que damos valor, para estudiar la recepción, a la metodología cualitativa: nos permite ir más allá del discurso que se genera alrededor del mensaje de los medios, y ofrece la flexibilidad de un instrumento de indagación que permite al investigador indagar sobre aspectos que en el proyecto no se habían considerado. El beneficio para la investigación entonces, es que se abre la oportunidad de considerar un conjunto de nuevos aspectos a analizar y surgen nuevos interrogantes que no constriñen la recolección de datos al uso de un instrumento estanco.

Los niños y niñas de todos los grupos con los que trabajamos (provenientes de diversos orígenes sociales) coincidieron en un conjunto importante de ideas en torno a las representaciones que definen lo masculino y lo femenino. Pero también existieron

⁴ La selección de escuelas y grados se hizo a través de un muestreo por propósitos. Seleccionamos instituciones a las que concurrían niños cuyas condiciones económicas y culturales fueran relativamente homogéneas en cada escuela, pero diferentes entre las instituciones educativas, y poseían características que considerábamos de valor en función a los objetivos del estudio. Para caracterizar a las familias de los alumnos, llevamos a cabo –previo a la realización de los grupos- entrevistas en profundidad a maestras y directoras de las escuelas. Tuvimos acceso, además, a datos y estadísticas referidas a la ocupación, ingreso y educación de las familias de los niños y niñas.

divergencias en sus expresiones, que creemos pueden estar ligadas a sus condiciones objetivas de origen. Pudimos observar estas diferencias en términos de significaciones y valoraciones relativas a la película proyectada y también en el modo en que los diferentes grupos de entrevistados mostraron tendencias diferentes a recuperar o bien pasar por alto determinadas secuencias de la producción cinematográfica.

Los niños y niñas pertenecientes a los sectores populares tendieron a enfatizar los momentos de la película en las que se mostraban situaciones tanto de violencia física como simbólica. Dichas escenas tenían como protagonistas personajes masculinos de rasgos marcadamente viriles: un físico poderoso, musculoso, capacidad para la utilización de armas, etc. Por el contrario, los entrevistados varones y mujeres de los grupos *Medio* y *Alto*⁵ ignoraron prácticamente las secuencias en las que predominaba la violencia y rechazaron enfáticamente a los personajes agresivos. Al momento de discutir en torno a personajes con estas características (por ejemplo el sujeto *antihéroe*), los entrevistados del grupo *Bajo* justificaron el valor que socialmente se le asignaba a sus prácticas violentas. En el siguiente extracto de entrevista presentamos discursos en torno al sujeto del antihéroe, obtenidos de los grupos *Alto*, *Medio* y *Bajo*⁶:

ALTO:

“E: ¿Cómo es Gastón?”

V: malo

(...)

M: cazador

V: antipático

V: egoísta

V: abusador

V: asesino

V: mata patos”

“E: ¿Y, por qué (Bella) no se casó? ¿Qué pasó?”

(...)

M: no le gustaba Gastón

E: ¿Por qué?”

(...)

V: cazador, cazaba...

V: mataba...

V: malo...

V: cazaba animales y a ella le gustaban

M: odia a los animales”

MEDIO:

“V: Gastón es malo porque quiere matar a la bestia”

“V: Porque a la Bella no le gusta Gastón

V: Porque no le gusta y porque es asqueroso, es malito

M: Porque mata animales

(...)

V: ...es marica, y que es un insensible

⁵ Para que el lector pueda identificar fácilmente a qué grupo nos referimos los nominamos Alto (clases altas), Medio (amplio) y Bajo (marginal).

⁶ Las reproducciones textuales de las entrevistas se presentan en itálica y comillas. M: mujer, V: varón, E: entrevistadora.

V: ¡(Bella) No se quiere casar con Gastón porque Gastón es nazi de animales!”

BAJO:

E: ¿Y Gastón es lindo?

Todos: ¡¡¡Nooooo!!!

E: ¿Y por qué a las chicas del pueblo les parece lindo?

M: Sí, porque es fuerte...

V: Y tiene buena puntería para matar pájaros...

V: Tiene fuerza...

V: Tiene músculos...

La fuerza y la posibilidad del varón de ejercer la violencia aparecen sólo en los discursos del grupo *Bajo*, como cualidades masculinas atractivas y que proporcionan al varón un lugar social favorable.

Ni las mujeres ni los varones del grupo *Bajo* evaluaron al antihéroe como “*lindo*”, (aún cuando el personaje tiene características físicas que podrían ser entendidas como atractivas) y esto es porque *Gastón* tiene el rol de antihéroe, del malo de la película. No obstante, ni los niños ni las niñas de este grupo encontraron dificultades en explicar el porqué de su éxito con las mujeres del pueblo.

En el grupo de menores recursos, las ideas en torno a la masculinidad se asentaron en aspectos relativos a lo físico, a lo *anatómico* (Bourdieu, 2000). Las expresiones de los niños y niñas de este grupo estarían en concordancia con la importancia que tiene para el varón perteneciente a las clases populares el cuerpo masculino en tanto espacio de reconocimiento de la legítima virilidad. El cuerpo sirve para ejercer una violencia que define al (verdadero) hombre y lo diferencia de los no-hombres; mujeres, homosexuales y niños. Las niñas de este grupo también le dan una valoración positiva a la fuerza corporal masculina, asociándola con lo atractivo y deseable.

Los varones de las clases populares parecen estar obligados a desarrollar determinadas estrategias corporales; pelear o “aguantar” (Dodaro, 2005; Garriga Zucal, 2005), parecen ser aspectos identitarios que ofrecen un reconocimiento que al varón que se le dificulta obtener a través del trabajo, el estudio o la posesión de bienes materiales.

En torno a la violencia y los medios en los sectores más pobres de la sociedad, Jo Groebel se refiere a la teoría de la “*frustración-agresión*” y sostiene que

“los televidentes que han sufrido frustración en su entorno real, por ejemplo, por haber sido castigados, insultados o físicamente castigados, ‘leen’ la violencia en los medios como una señal para canalizar su frustración a través de la agresión. Esta teoría explicaría porqué especialmente los niños de las áreas sociales con problemas están abiertos a los efectos de la agresión de los medios” (1990:8).

Nosotros creemos, más de acuerdo con Gerbner en este punto, que en un entorno en el que es extremadamente restringido el acceso a la educación, el trabajo, la salubridad, entre otros, las frustraciones, el castigo físico y la violencia son muy difíciles de canalizar a través de cualquier otro elemento que no sea el cuerpo. En un contexto de extrema marginalidad como en el que viven los niños y niñas que presentamos en nuestro trabajo, es difícil pensar que la violencia no emerge casi naturalmente, ya que es casi el único recurso “legítimo” que se conoce y que a la vez se puede ejercer con las escasas herramientas con las que se cuenta. Si bien creemos que los medios ofrecen

estímulos suficientes para generar prácticas violentas, no pensamos que éstos sean los responsables principales del despliegue de la agresividad en determinados contextos.

Las interpretaciones presentadas son sólo algunas de las realizadas en la totalidad del trabajo. Las mostramos para ejemplificar el modo en que, utilizando técnicas de investigación cualitativas, nos fue posible profundizar en torno a elementos que emergieron durante la realización de los grupos de discusión y que no estaban previstos, originalmente, en la guía de entrevista.

La información emergente le da la posibilidad al investigador de profundizar en las representaciones de los entrevistados, yendo más allá de los objetivos explicitados en torno a la relación audiencia/medios, y aproximándose a los intereses, inquietudes y problemáticas específicas de los sujetos de interés. Trabajando desde la perspectiva cualitativa se enriquecen los resultados del trabajo y se abre la posibilidad de acceder a un marco de conocimiento más abarcativo sobre el complejo proceso de la recepción.

VI – Palabras finales

Cuando los discursos en recepción son abordados desde el método cualitativo, se deposita la mirada en las representaciones de los agentes sociales, en cómo ven el mundo, en sus predisposiciones para valorar, percibir y sentir; es decir, lo que se busca es recuperar sus *habitus* (Bourdieu, Wacquant; 1995). La manera en que las audiencias se apropian de los contenidos mediáticos y reproducen o resignifican sus contenidos, no sólo habla del vínculo que establecen con el mensaje, sino de todo un conjunto de esquemas internalizados, formas de aprehender el mundo y evaluarlo.

Identificar y analizar la emergencia de significaciones en el proceso de recepción de medios le da al investigador la posibilidad de trascender sus preconceptos teóricos, ofreciéndole nuevas oportunidades de interpretación para aproximarse a las representaciones de los agentes sociales.

A partir de la experiencia que presentamos de análisis del proceso de recepción, pudimos inferir que cuando un sujeto habla sobre lo que vio en los medios, no sólo produce discursos sobre el texto mediático que está observando, sino que genera sentidos que remiten a sus propios esquemas de significación, sus condiciones objetivas de origen, sus conocimientos previos y los modos de ver el mundo incorporados en su contacto con la vida social.

La flexibilidad que brinda a los investigadores de la recepción la metodología cualitativa es fundamental ya que brinda la posibilidad de indagar más allá de la guía de entrevista y también más allá del mensaje mediático proyectado. Lo expuesto no implica que los métodos cuantitativos no sean de enorme utilidad para abordar problemáticas sociales de todo tipo - creemos que es de vital importancia experimentar la triangulación metodológica en la medida de que sea pertinente y factible de hacerse – aunque entendemos que para los trabajos en recepción las técnicas cualitativas son particularmente útiles. Su utilización tiene la potencialidad de que los sujetos entrevistados exterioricen problemáticas sociales que exceden el texto mediático. Abocarse a interpretar los sentidos en emergencia hace que el trabajo del investigador vaya más allá de lo descriptivo, dando lugar a discursos relacionados con estructuras sociales internalizadas por el sujeto y su modo de experimentar lo social.

Bibliografía

- ANG, Ien (1985) *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, Methuen: London.

- BOURDIEU, Pierre (2000) *La dominación masculina*, Anagrama: Barcelona
- BOURDIEU, Pierre y Loïc WACQUANT (1995) *Respuestas - Por una antropología reflexiva*, Grijalbo: México
- DAYAN, Daniel (comp.) (1997) *En busca del público*, Gedisa: Barcelona
- DE CERTEAU, Michel (1996), *La invención de lo cotidiano. I Artes de hacer*, Universidad Iberoamericana: México
- DODARO, Christian (2005) “Aguantar no es puro chamuyo. Estudio de las transformaciones en el concepto nativo”, en ALABARCES, Pablo et al., *Hinchadas*, Ed. Prometeo: Buenos Aires
- FISKE, John (1987) *Television Culture*, Routledge: New York.
- FUENZALIDA Valerio (2004) *Estudios de Audiencia y Recepción en Chile* <http://www.eca.usp.br/alaic/boletim20/valeriof.htm> (Extraído Feb. 2008)
- GARRIGA ZUCAL, José (2005) “Soy macho porque me la aguanto – Etnografía de las prácticas violentas y la conformación de identidades de género masculino” en ALABARCES, Pablo et al., *Hinchadas*, Ed. Prometeo: Buenos Aires
- GERBNER, George (1990) *La violencia y el terror en los medios de comunicación de masas*. París, UNESCO
- GROEBEL, Jo (1999) “La violencia en los medios: estudio global de la Unesco”, en *Boletín [del] Proyecto Principal de Educación en América Latina y el Caribe* n° 49. Santiago de Chile.
- HALL, Stuart (1980) "Encoding/Decoding" en Stuart Hall et al., *Culture, media, language*. University of Birmingham
- MAYOBRE, Purificación (2004) *La construcción de la identidad personal en una cultura de género*, www.creatividadfeminista.org/articulos/2004/sex04_purificacion.htm (Extraído Febrero 2005)
- MEECE, Judith (2000) *Desarrollo del niño y del adolescente, para educadores*, Mc Graw Hill: México
- MERLINO Aldo (coord.) (2009) *Investigación Cualitativa en Ciencias Sociales: temas, problemas y aplicaciones*. Buenos Aires: Gengage Learning
- MORLEY, David (1980) *The 'Nationwide' Audience: Structure and Decoding*, BFI: London
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo (2004) *Televisión, audiencias y educación*, Ed. Norma: Buenos Aires
- TOMASINI, Marina (2004) “Género y normatividad. Interacciones formadoras de normas en el ámbito de la escolarización inicial” en DALMASSO, María Teresa y Adriana BORJA (2004) *Discurso social y construcción de identidades: mujer y género*, CEA, UNC: Córdoba
- WOLF, Mario (1997) “El análisis de la recepción y la investigación sobre los medios”, en DAYAN, Daniel (comp.) *En busca del público*, Gedisa: Barcelona