

## Televisión, dinámicas y representaciones del mundo social\*

---

David Fernando García y César Augusto González

La televisión contribuyó a la formación de un mundo social en donde las «experiencias perceptivas vicarias» se entrelazan a un (re)conocimiento perceptivo directo del mundo, de forma que lo televisado se convierte muchas veces en una fuente de representaciones referidas a realidades no siempre tan lejanas en el tiempo y en el espacio. A su vez, el lugar central que ocupa la programación televisiva como elemento en torno al cual se estructuran dinámicas y rutinas inherentes a la vida cotidiana de las personas, se debe a su penetración como elemento de fascinación, distensión y entretenimiento. Es en este sentido –tanto como referente de experiencias perceptivas vicarias y representaciones del mundo social, como entroncada en la vida cotidiana de los individuos– que se habla de la televisión como una «institución social», en relación con su marcada y creciente capacidad socializadora y mediadora de la relación entre el individuo y el mundo, por lo cual se hace evidente la importancia de analizar los procesos de creación de sentido desde nuestra cotidiana e íntima relación con el discurso televisivo.

No obstante, conviene aclarar que uno de los presupuestos de los que aquí partimos es que el individuo que realiza televisión no tiene una plena intencionalidad consciente de aquello que el programa que produce suscita, así como tampoco quien

---

\* Este artículo se basa en los resultados más relevantes de la investigación Estudio de recepción de «Francisco el Matemático»: Los estudiantes de la localidad Antonio Nariño hablan de los estudiantes del «Jimmy Carter», realizada por David García y César González, 2002-2004. Tesis meritoria del Departamento de Sociología de la Universidad Nacional de Colombia.

apropia el programa es plenamente consciente de las connotaciones de orden ideológico, cultural, e incluso político, contenidas en el mensaje recibido. Por lo tanto, la manera por medio de la cual lo televisable llega a erigirse como tal, es un proceso de negociación entre la oferta y la demanda de ciertos contenidos de lo que quiere ser visto y lo que puede ser producido; todo, en relación con el contexto cultural del cual el mensaje deviene, que es, además, un marco de referencia común tanto para la esfera de la producción como para la de la recepción.

Este trabajo se enmarcó dentro de la necesidad de abordar las relaciones que los individuos establecen con y desde los medios de comunicación, lo cual hace parte de los procesos a tener en cuenta por la sociología para la comprensión de la forma en que se estructuran las relaciones sociales a partir del intercambio simbólico y cultural, y la creación de significados a través de este intercambio.

La investigación apuntó a develar la manera como los estudiantes de último grado de secundaria de los colegios públicos de la localidad Antonio Nariño de la ciudad de Bogotá, se apropian y resignifican el programa de televisión “Francisco el matemático”<sup>1</sup>, haciendo énfasis en el proceso de ver y socializar lo visto en televisión, así como también en la lectura que esta población hace de las representaciones del mundo social que se hallan contenidas en el mensaje televisivo en particular. Se trata entonces de un enfoque sociológico que pretende pensar la televisión más allá de la emisión realizada a través del aparato, para analizar los procesos y prácticas culturales y sociales que ésta genera, y que se asocian al acto comunicativo en sí.

La metodología del trabajo consistió en una encuesta<sup>2</sup> que se implementó a toda la población, y un trabajo a profundidad con un grupo muestra por medio de la técnica de los grupos de discusión. Por otra parte, si bien este es un estudio de recepción de un programa particular dirigido a comprender la lectura que los individuos hacen de las representaciones del mundo social que éste masifica, tanto la encuesta como las sesiones con los grupos de discusión trataron temas que atañen a las particularidades del consumo de televisión de los estudiantes.

Para efectos de este artículo nos centraremos en la exposición de los resultados de la investigación en lo referente a los procesos y espacios de apropiación y socialización del mensaje televisivo, así como al análisis de las representaciones sociales presentes en “Francisco el matemático”, y la lectura que es hecha del programa por parte de los individuos con los que se trabajó.

---

<sup>1</sup> “Francisco el matemático” se emitió de 1999 hasta el 2004.

<sup>2</sup> La encuesta se tituló: “Caracterización de los estudiantes de 11° de la localidad Antonio Nariño”, de acuerdo a las categorías estructura familiar y grado de exposición a la televisión.

## Ver televisión: procesos de socialización, «rituales» intrafamiliares

La recepción televisiva es escenario de múltiples y complejos procesos sociales, procesos que, por una parte, no inician en el instante en el que se enciende el televisor, sino que se asocian a todo el bagaje cultural del individuo y a las diversas motivaciones que lo inclinan a ver un segmento particular de la amplia oferta televisiva; y que, además, en ese mismo sentido, no termina en el momento en que finaliza la emisión, es decir, la recepción televisiva va más allá y está relacionada con espacios y tiempos diferentes a los momentos que se pasen frente al aparato.

El abordaje analítico del fenómeno fue dimensionado en tres momentos. Primero, el «contexto de apropiación», los elementos estructurales que definen el acto de ver televisión: los espacios (dónde) y los actores (con quién) presentes durante la exposición. Segundo, las diferentes dinámicas y hábitos creados e interiorizados que se presentan durante la experiencia televisiva. Y tercero, el después de la experiencia televisiva.

### *La escenografía del acto de ver televisión*

La familia se erige como el principal contexto de apropiación. Así, indagar por el entorno y la situación en los hogares de los receptores debe apuntar a dilucidar el papel de la familia como uno de los escenarios fundamentales donde se aprenden algunos aspectos de la vida en sociedad y se interiorizan hábitos en torno a múltiples actividades cotidianas, lo cual permitiría pensar en modelos de uso de la televisión definidos principalmente por diferentes contextos familiares. Esta perspectiva involucra toda una compleja trama de interacciones y variables, lo cual supone que el proceso de construcción de las lecturas y del sentido que se da a los contenidos televisivos, sea un proceso mediado desde los espacios y los actores que intervienen en la apropiación televisiva.

Se estableció una relación entre espacio y número de televisores a partir de la cual se pueden colegir imputaciones lógicas que por obvias que parezcan determinan en buena medida las dinámicas que se generan cuando se ve televisión: a más espacio más televisores, más habitaciones, mayor tendencia de los individuos a tener un lugar propio, privado, íntimo, y así podría llegar a pensarse que hay menos televisión compartida; relación que para espacios reducidos (apartamentos) se invertiría: a menos espacio menos televisores, menos habitaciones, más lugares comunes y por ende más televisión compartida. Sin embargo, dicha relación de ninguna manera agota la complejidad de los procesos de apropiación televisiva.

La apropiación e interpretación del mensaje televisivo es diferente dependiendo de si estamos solos frente a la pantalla, o, por el contrario, hay otros actores compartiendo espacio-temporalmente nuestra situación televidente (comunidad de apropiación).

ción). El capital social y cultural de las personas que nos acompañan mientras vemos televisión juega un papel determinado en nuestra interacción con el medio y en nuestro posicionamiento frente a su mensaje. Los estudiantes tienden a ver televisión con las personas de su familia con las que pasan más tiempo, lo que confirma que una parte del tiempo familiar lo dedican a ver televisión, y además, que el tiempo en que ven televisión con familiares es considerado por ellos como tiempo netamente familiar; sin embargo, se sabe que hay una gran diferencia entre el tiempo que se pasa con los familiares en el que la atención se centra en lo televisado, y los momentos en que la familia se reúne expresamente para interactuar, compartir o ventilar cuestiones de índole no tan impersonal y más cercanas a su realidad inmediata.

*Durante la experiencia televisiva: ¿Qué pasa de este lado de la pantalla?*

Todo lo que pasa durante la experiencia televisiva está definido en buena medida desde el contexto de apropiación, pues en éste se enmarcan los comportamientos y los hábitos televisivos, máxime cuando, como en el caso de la mayoría de la población con que se trabajó, se ve televisión en compañía de otras personas y por ende se generan dinámicas específicas a partir de la escogencia de los programas, ritmos claramente establecidos en los lugares donde están ubicados los televisores, horarios definidos con arreglo a programas o franjas televisivas específicas, etc.

*La apropiación televisiva caracterizada por la ausencia de una comunidad de apropiación*

El no compartir gustos y preferencias televisivas con las personas con las cuales se convive hace que sea mayor la tendencia a ver televisión sin compañía alguna; además, como se mencionó anteriormente, si una parte considerable del tiempo en familia se dedica a ver televisión, el no compartir los gustos televisivos no sólo implica que los individuos tiendan a ver televisión solos, sino que se reduce en un grado significativo el tiempo que los estudiantes pasan con los otros miembros de la familia.

Retomando la relación que se estableció previamente entre el número de televisores y el grado de televisión compartida, se demuestra que en algunos casos la presencia de más televisores hace del acto televisivo un momento individual, solitario, lejano a la interacción y la dispersión en familia; sin embargo, se advierte que las rutinas se pueden ver eventualmente modificadas. Al mismo tiempo, los argumentos de los estudiantes hacen referencia no sólo al lugar que ocupa la televisión dentro de sus rutinas diarias sino a la prioridad que le dan al aparato como un objeto de presencia forzada en su vida misma. El ver televisión se entrelaza con otras rutinas diarias. Aún cuando el individuo no está expresamente viendo televisión, ésta se convierte en un telón de fondo o *background* para otras actividades primarias, como dormir o alimentarse, lo cual evidencia su presencia y referencia constante en la vida de los sujetos.

Asimismo, se determinó que si bien se pueden crear rutinas rígidamente establecidas cuando se sigue frecuentemente un programa, una franja o un canal específico, lo cual deviene en la estructuración de ciertos ritmos a partir de programas determinados, en el caso contrario, cuando el consumo de los individuos no se define por su adhesión a determinados géneros televisivos y no hay un seguimiento permanente a algún programa en particular, la rutina televisiva se hace mucho más flexible puesto que se impone el *zapping* como principal operador de la escogencia.

*La apropiación televisiva caracterizada por la presencia de una comunidad de apropiación*

Hablar de la «televidencia» definida por la presencia de otras personas, implica dar cuenta de una compleja trama de interrelaciones que abarcan la interacción de cada individuo con el televisor, de los individuos entre sí y de éstos como sujeto colectivo que hacen un uso específico del medio. Por esta razón es mucho más amplia la gama de costumbres y hábitos televisivos que se pueden encontrar en este caso, además de las diferentes dinámicas de escogencia y las competencias que se relacionan directamente con la preferencia de un género televisivo en particular.

En un alto porcentaje de los casos de estudiantes en cuyos hogares la televisión se ve en familia, es notable que las costumbres y rutinas televisivas sean mucho más «rigurosas» y consolidadas, por lo cual aparecen como naturales para los individuos. Así, en un número considerable de los hogares de los estudiantes es costumbre de los miembros de la familia reunirse en horas de la noche a ver televisión. Los individuos se congregan en espacios específicos de los hogares como la sala o las habitaciones principales, en un horario que va desde las 7 p.m. y se extiende hasta aproximadamente las 10 p.m. Además, este horario se entrelaza con la terminación de las actividades productivas de la mayoría de las personas, habiendo así un empalme poco traumático entre las diferentes rutinas de los individuos y los momentos de dispersión, descanso y recogimiento, es decir, se diferencia el tiempo productivo del individuo de su tiempo de ocio, y éste último se caracteriza por ser el momento del día en que se puede interactuar con otros familiares y, fundamentalmente, por la presencia del televisor como un ente omnipresente, propositivo y complaciente. Igualmente, hay una conciencia manifiesta por parte de las entidades que hacen televisión de la innegable asociación entre tiempo de ocio-tiempo familiar-tiempo de mayor consumo televisivo, por lo cual es precisamente en este horario (7 p.m. a 10 p.m.) donde se ubica el *prime time* al interior de la programación televisiva que abarca todo el día.

Sin embargo, también se encontraron casos en que es mucho más fortuito y menos estricto el consumo televisivo de grupos enteros, pues no hay una marcada preferencia por un programa o un género particular, y se emplea el *zapping* para determinar qué se va a ver; y así, ante la inexistencia de una rutina estricta, simplemente se establece

un horario determinado en el que se especula con el control hasta que se escoge un programa para seguir momentáneamente. En ambos casos se evidenció una estrecha relación entre la rutina televisiva y las actividades familiares, puesto que los tiempos para comer, hacer los deberes, dormir, etc., se establecen en un grado significativo con referencia a los horarios en que tradicionalmente se ve televisión, que opera como un «reloj omnipresente e infalible», aunque no por ello deja de ser «artificial y externo».

La permanente presencia del televisor en la vida de los individuos permite reflexionar sobre el grado de conciencia que tienen éstos sobre el sentido que le dan a esa presencia, sobre las motivaciones y criterios que inclinan a las personas a destinar un lugar específico de su espacio a aquel aparato, que aunque ajeno (externo), moviliza un sinnúmero de emociones, sensaciones, actitudes, etc., hasta llegar a perderse de vista la descorporeidad que le es propia; y además, sobre su subrepticia y silenciosa inserción en el tejido y las relaciones comunicativas intrafamiliares, lo cual puede llegar a erigir circunstancialmente al televisor como el «tótem» en torno al cual los individuos llevan a cabo determinadas «actividades rituales», o por lo menos, hacen de la televisión un elemento presente y cómplice durante los propios ritos familiares.

Si bien no concebimos toda actividad de recepción televisiva como un acto o momento ritual, aquellas dinámicas de apropiación que se caracterizan por la repetición de interacciones entre los individuos, y de éstos con el televisor, y donde se manifiestan “ciertas formas de acción que no sólo se asumen rutinariamente sino que los sujetos desempeñan conscientemente” (Orozco: 1992, p. 52), revisten para nosotros ciertos elementos rituales. Dichos elementos no hacen referencia a la existencia de un culto o rito con un grado manifiesto de trascendencia, sino a algunos aspectos «ceremoniales» presentes en determinadas dinámicas de apropiación televisiva. Por una parte, está la presencia protagónica de un tótem (el televisor) cuyo discurso induce a los individuos a reunirse, y además pretende un mínimo de atención y concentración; al mismo tiempo, los individuos hacen alusión a la diferenciación entre el tiempo en que su atención se centra en la trama o el contenido de un programa, entendiéndolo como aquellos momentos en que “...todo el mundo se tensiona...” o “...uno está muy concentrado...”<sup>3</sup>; y aquel tiempo comprendido por los momentos en que la exposición se dilata, y por ende disminuye la tensión; así pues, mientras dura la exposición efectiva se da un acuerdo implícito de no quebrantar el «ambiente o la tensión del momento».

El hecho de que tal vez la única oportunidad que tiene la familia entera para reunirse día a día esté presidida por el televisor, y que los individuos estén ubicados de tal manera que su atención, o por lo menos su mirada, se enfoque directamente en la

---

<sup>3</sup> A lo largo del texto se presentarán algunas opiniones de los estudiantes que participaron en los grupos de discusión.

pantalla, hace que se interactúe en primer grado con la televisión y luego con los otros individuos que están próximos; y si bien pueden estar conversando acerca del contenido del programa o de otras cuestiones, los ojos de cada individuo están mayormente dirigidos a la pantalla mientras escuchan o hablan con su interlocutor, lo cual puede afectar considerablemente las redes comunicativas pues las hace impersonales y difusas, dado que dichas redes se estructuran a partir de un centro que niega la intimidad y la privacidad del ámbito familiar puesto que el televisor implica la irrupción de un mundo externo, espectacularizado y público en dicho ámbito, induciendo a los individuos a negarse la posibilidad de discutir situaciones de orden netamente familiar, o convirtiéndose en un constante testigo de todo aquello que tenga lugar al interior de los hogares, lo que indudablemente incide en la calidad de la socialización de la experiencia televisiva, pero fundamentalmente en la naturaleza del diálogo y la comunicación familiar.

Finalmente, se llega a una tipología de las diferentes dinámicas que se crean en las viviendas a partir de la escogencia de lo que se ve en televisión; dichas dinámicas se pueden comprender a partir de cuatro grandes categorías: 1. Escogencia por consenso, 2. Escogencia por imposición, 3. Escogencia por costumbre, 4. Escogencia por *zapping*.

La escogencia por consenso implica que la selección es una operación no polémica pues se impone la búsqueda de acuerdos entre los individuos. Llama la atención el hecho de que el melodrama sea el género televisivo que más fácil induzca a que se vea televisión acompañado, lo que no ocurre con otros géneros que no tienen un margen de aceptación tan amplio entre todos los miembros de la familia. De esta forma, se puede afirmar que en un porcentaje considerable de los hogares en que la televisión se ve con familiares, el gusto por los melodramas parece ser transgeneracional y no necesariamente transgénero; es decir, que el consumo de telenovelas es recurrente independientemente de la edad, pero las competencias asociadas tradicionalmente a hombres y mujeres influirían eventualmente en la decisión de seguir con determinada frecuencia una o varias telenovelas, y, además, de comentar o no sobre las tramas que en éstas se desarrollan.

En la escogencia por imposición se manifiestan claramente algunos rasgos del poder familiar, y de cómo y quién toma las decisiones al interior de los hogares; en estos casos quien escoge y decide lo que se va a ver es uno o ambos padres, con lo cual, ante la incompatibilidad de los gustos televisivos, se pueden generar polémicas o discusiones entre los individuos presentes en el momento de la exposición, las cuales se resuelven con arreglo a la autoridad y el respeto asociado a la posición de los padres.

La escogencia por costumbre se debe básicamente a rutinas televisivas claramente establecidas e institucionalizadas en la cotidianidad de las viviendas, y por esta razón se genera una especie de certidumbre en el individuo de lo que se está viendo a determinada hora en cada uno de los espacios de su casa. En este caso es la instituciona-

lización misma la que permite la resolución de las controversias por la escogencia de los programas; además, así como cada individuo tiene conocimiento de lo que se ve o no se ve, puede seguir la emisión ya porque le guste el programa, ya porque no hay posibilidades de ver otras cosas, o simplemente no ver. Ahora bien, la escogencia por costumbre parece estar estrechamente relacionada con una forma determinada de concebir el empleo del tiempo libre, puesto que fue muy recurrente por parte de los estudiantes justificar el ver un programa que no enmarca todo su interés con argumentos como “no hay nada más que ver”, lo que en muchos casos se entiende como: no hay nada más que hacer.

Por último, la escogencia por *zapping* se asocia a los casos en que no hay un seguimiento permanente a programas o géneros televisivos específicos; es decir, aquellas situaciones en que el uso de la televisión no está determinado por una demanda concreta, sino simplemente por dedicar algo de tiempo ya sea a pasar un momento en familia o a distraerse transitoriamente con lo que sea que se esté presentando. Así, quien decide lo que se ve es la primera persona que enciende el televisor y que escoge tras un paneo por los diferentes canales, o simplemente quien tenga el control, «el que tiene el control tiene el poder».

En conclusión, quienes acostumbran ver televisión solos lo hacen principalmente en las habitaciones, mientras que cuando se ve en familia suele hacerse prioritariamente en espacios comunes como la sala o el comedor (mientras se come); además, el ver o no acompañado se relaciona con los gustos televisivos compartidos, aunque en algunos casos también de manera fortuita con las personas que estén en el lugar y en el momento de la exposición.

En cuanto al grado de atención o concentración se encontraron variaciones relacionadas directamente con lo que se está viendo. Por ejemplo, con los programas de la tarde se encuentra la tendencia a que la exposición sea más indirecta, pues no hay un grado de concentración muy alto y se llevan a cabo actividades paralelas que en la mayoría de los casos son comer y hacer los deberes escolares, mientras por las noches la atención es mayor para ver las telenovelas o los noticieros, por lo cual se dejan de hacer las otras actividades o se organizan las rutinas domésticas para que empalmen con el acto televisivo.

*Después de finalizada la exposición.*

*Espacios y actores con quienes se socializa el mensaje.*

Una vez finalizada la exposición al continuo flujo de contenidos que son masificados por la televisión, se ha cumplido la primera fase del proceso del acto comunicativo en donde el individuo ha hecho una primera apropiación e interpretación del mensaje, que es de referencia discontinua, y sobre el cual se volverá en otros



espacios y en compañía de otros actores con los cuales también se interactúa, dotando así de un sentido «último» o «más acabado» su relación con el medio y el mensaje. La recepción trasciende el tiempo concreto de la exposición para hacerse presente en otros momentos y espacios donde se desarrolla la vida social del individuo (barrio, colegio, trabajo, etc.), de lo cual se colige que los contenidos de los programas son susceptibles de varias (re)interpretaciones.

Las comunidades de interpretación se erigen como una de las mediaciones que intervienen en la definición y configuración del sentido social de la lectura y el uso que se hace del mensaje televisivo, y si bien los individuos no siempre se reúnen expresamente para hablar o discutir a profundidad sobre los diferentes elementos inmersos en la emisión de un programa, algunos contenidos suelen referenciar sus conversaciones o encuentros por medio de mecanismos como la recordación, poniendo en juego sus impresiones, juicios y valoraciones, las cuales son negociadas con el grupo.

En cuanto a nuestra población, se estableció que las dos comunidades de interpretación más relevantes en la asignación del sentido que los estudiantes conceden a su relación con la televisión son la familia y el grupo de pares. La dinámica que se crea al interior de cada una de estas comunidades de interpretación responde a la lectura que hacen de los programas los diferentes actores que las componen, y a los diferentes aspectos a los que cada grupo otorga una mayor relevancia; de esta manera, los padres y los familiares se erigen como el primer sujeto colectivo que filtra la apropiación de los estudiantes, pues la comunidad televidente es en muchos casos el primer contexto de interpretación, aunque no siempre el más relevante. En muchas de las ocasiones en que los estudiantes intercambian opiniones con sus padres se impone la formalidad, debido mayormente a los juicios y criterios asociados a la posición de éstos últimos al interior del grupo familiar.

Por otra parte, en el grupo de pares la socialización se caracteriza por ser más relajada en términos de los propios estudiantes, ya que se da una reinterpretación con un sentido particular que muchas veces no apunta a comentar lo que sucedió en un programa determinado, sino que se centra la atención en aspectos más de comportamiento o actitudinales, es decir, eventualmente se pierde de vista la trama central de un programa para enfocarse fundamentalmente en los aspectos que más impactan o divierten.

Cuando al interior de la comunidad de interpretación se interactúa a partir de la presentación, el desarrollo y/o la puesta en escena de la trama de un programa, particularmente de las telenovelas, los comentarios de los individuos van en tres direcciones: 1. Las historias centrales, los conflictos y posibles resoluciones, 2. Los comportamientos, actitudes o maneras más llamativas de algunos personajes. 3. Los componentes estéticos de la puesta en escena tales como la escenografía, el vestuario, etc.

De otro lado, los individuos vuelven a aquellos contenidos a los cuales se les atribuye cierto «grado de realidad». Debemos señalar que en algunas ocasiones, incluso mucho después de que un programa ha sido transmitido, un mensaje puede volver a la memoria de los individuos con arreglo a la familiaridad que ellos encuentran entre las situaciones que se muestran en televisión con algunas de las experiencias que se les presentan en la vida cotidiana, es decir, que se pueden llegar a equiparar las experiencias propias con lo que se mostró en determinado momento en un programa que se creía olvidado, lo cual se puede constituir en una especie de *dèja vu* que se fundamenta principalmente en la experiencia vicaria y que puede llegar a tipificar las disposiciones o actitudes frente a determinadas situaciones que se presentan en la vida cotidiana (*dèja vu vicario*).

### **“Francisco el matemático”: representaciones del mundo social desde la esfera de la recepción y la producción**

La población con la que se trabajó en el desarrollo de la investigación obedece a condicionamientos socioeconómicos y culturales análogos a algunos personajes de “Francisco el Matemático”. Por lo tanto, se trata de una audiencia que hace una lectura diferente del mensaje dado que tiene conocimiento acerca de qué es estar en su situación social y de cómo se estructura su cotidianidad. Esto da al estudio un cariz diferente en cuanto se indaga a un determinado grupo de actores a propósito de la representación que un programa de televisión hace de ellos.

En las formas en que los diferentes grupos resignifican los textos de la televisión se expresan diferencias de clase y de competencias culturales. Si bien la clase social no es un elemento que determine totalmente la lectura de los programas de televisión, sí contribuye de manera significativa a la diferenciación en cuanto a hábitos de consumo e integración de la televisión en la vida cotidiana. Las clases dan usos diferenciados a la televisión, demandan cosas diferentes y construyen significados distintos a partir de la lectura que hacen de lo visto, lo que debe comprenderse con respecto a una distribución desigual del capital cultural, que está relacionado a su vez con la posición que cada individuo ocupa en el espacio social. Los individuos esperan del programa ciertos esquemas narrativos y contenidos que por una parte obedecen a la experiencia que ellos poseen en su calidad de televidentes, y que les permite tener cierta competencia como lectores de lo que es televisado, y por otra, porque lo mostrado en el programa, como se dijo anteriormente, está producido de tal forma que se puede concebir como una representación de lo que ellos son en cuanto actores sociales. Así, el discurso construido por los estudiantes, las formas de expresar y articular entre ellos las opiniones acerca del programa y los consensos frente a él, están relacionados con las determinaciones socioeconómicas particulares a las que se deben.

Las telenovelas son un escenario cotidiano para la constitución de imaginarios colectivos desde los cuales los actores se reconocen y ven representados allí sus expresiones y deseos. Los estudiantes ven en “Francisco el Matemático” la puesta en escena de ciertas situaciones a las que se han visto avocados, así como algunos elementos lingüísticos y estéticos que creen que son correspondientes al grupo social al que pertenecen, sin olvidar que dentro del mensaje los individuos observan muchos elementos que distorsionan la representación que allí se hace acerca de sus posibilidades, dinámicas y significaciones culturales.

Para los sujetos sociales el texto constituye una propuesta que hay que interpretar; es entonces cuando se dice que se efectúan diferentes usos el mensaje mediático. Los textos ofrecen alusiones parcializadas o fragmentadas de la realidad, que confirman, integran o corrigen los mapas cognitivos de los individuos, facilitan esquemas que explican los eventos cotidianos y reafirman los repertorios de expresiones, códigos y símbolos característicos de su propio discurso que son utilizados en diferentes espacios en los que transcurre la vida del individuo. El texto refuerza, ya por afirmación, ya por negación, algunos elementos que coadyuvan a definir y configurar identidades individuales y colectivas.

En lo que respecta al desarrollo de esta exposición debemos señalar que estará guiado por un rastreo paralelo entre los procesos de representación y de identificación que se observan en el desarrollo del trabajo cualitativo y en el análisis del texto en cuestión. La identificación se refiere a la manera como los individuos, a partir de sus condicionamientos sociales, se reconocen al interior del relato, y, además, a la forma en que ese reconocimiento involucra alianzas, juicios y expectativas frente a los personajes, en los que se cataliza la representación de un actor-tipo que refiere a un determinado sector social. Señalamos entonces que los procesos de identificación como tal pueden estar referidos a otros tipos de elementos presentes en la lógica de los relatos o a la forma en la que los individuos establecen su relación con ellos. Sin embargo, el interés de esta investigación se dirigía principalmente a entender el proceso de identificación que efectúan los individuos a partir de la forma en la que el programa erige y masifica una representación de ciertos elementos que caracterizan a un sector de clase y, puntualmente, a los actores, usos del espacio, y dinámicas al interior de éste.

### *“Francisco el Matemático”: una representación de los sectores sociales*

A través de los relatos televisivos se muestra una representación particular de la realidad social devenida tanto de las demandas que las audiencias hacen de la televisión, como de la lógica interna en la que funciona la esfera en que ésta se produce, todo esto en relación con un entorno cultural que sirve de marco de referencia para la producción y recepción de los diferentes programas. El hecho de que el mensaje televisivo esté caracterizado por una necesidad de ser enunciado de forma lacónica, que

sea audiovisual y que logre, a partir de lo mostrado en la pantalla, referir a significaciones culturales que el lector medio está en la capacidad de reconocer, hacen que el análisis que aquí se hace de “Francisco el Matemático” centre su mirada en las estrategias que el mensaje usa para construir su visión de las particularidades de los diferentes actores y grupos de actores que pretenden ser mostrados en la serie. Se trata de comprender cuáles son los elementos a los que apela el mensaje para que de forma lacónica, audiovisual, y cargada de significado para un determinado entorno cultural, se produzca una representación que aluda a algunos de los elementos que caracterizan a los individuos ubicados en posiciones diferentes en el espacio social.

La forma en la que se aborda aquí el tema de las representaciones está ligada a los procesos y códigos de identificación inherentes a los grupos sociales. La presentación de las jergas, las vestimentas, la forma en la que son adecuados estéticamente los espacios por parte de la producción del programa, entre otros elementos, hacen referencia a la imagen que las instancias que producen televisión tienen de las particularidades culturales de los actores en cuanto su ubicación en el espacio social y logran constituirse, para quien lee el programa, en códigos de representación, frente a los que pueden producirse procesos de identificación, rechazo, crítica o indiferencia con lo presentado en el relato mismo.

“Francisco el Matemático” tiene como locaciones principales el colegio INEM de Kennedy, ubicado al sur de Bogotá, en donde se desarrolla gran parte del programa, las casas de los personajes que estudian o estudiaron en el colegio (las cuales refieren también a un barrio medio del sur), la Universidad Manuela Beltrán y las casas de los personajes que representan, dentro de la serie, a la clase alta. Todos estos escenarios son dispuestos para que a través de su presentación como marcos en los cuales suceden las historias centrales del programa, se logren referir de manera efectiva al lector/televidente los rasgos sociales, económicos, culturales y de hábitat urbano que definen a los personajes, a las relaciones entre éstos y a los espacios que son mostrados en la serie. En el programa se evidencia, por ejemplo, que cuando se adecúan las locaciones para escenificar lo correspondiente a los personajes que habitan el sur de Bogotá, se recurre a una decoración saturada, llena de colores, de objetos, de afiches con imágenes llamativas y pintorescas, representando el uso estético que una población determinada hace de sus espacios. Por otro lado, cuando se construyen los escenarios de los personajes que representan el sector social yuxtapuesto —es decir, la clase alta—, la manera en la que se muestra el uso del espacio es menos cargada de color y obedece a la lógica de introducir pocos objetos pero de tal forma que representan un valor estético mayor. Esto va en la misma dirección de lo planteado por Martín Barbero al decir que en la televisión se asocia lo pasional, pintoresco y exacerbado con lo popular, mientras que se hace referencia a las clases altas con la seriedad, el autocontrol y la sobriedad, elementos que funcionan como claros operadores visuales de diferenciación social reconocibles en el relato televisivo (Martín Barbero: 1992).

La manera en la que se muestran las distintas rutinas al interior de los hogares de clase alta, tales como los momentos de diálogo familiar, las comidas y la relación con la comunidad circundante, reflejan a su vez unos condicionamientos culturales diferentes a los que determinan a los estudiantes del Jimmy Carter y sus familias. Sin embargo, dentro de estos retratos de los espacios sociales, encontramos algunos contrastes que evidencian su carácter artificial. Los espacios de los individuos que habitan el sur, al interior del programa, si bien obedecen a una decoración y disposición de los objetos que evidentemente tiene connotaciones de clase, en algunos casos son demasiado grandes o mejor equipados de lo que podría suponerse son los hogares de los individuos que pretenden ser mostrados en el programa.

En “Francisco el Matemático” están representados los usos que los diferentes actores sociales dan al consumo de televisión, a los momentos de reunión familiar, a los hábitos que acompañan el «pasar a la mesa», entre otros manejos del espacio doméstico que aparecen codificados de manera diferenciada para los distintos sectores de la sociedad. Empero, es evidente que la representación que el programa hace de estos aspectos no es —ni puede serlo— completamente fiel a la cotidianidad de los individuos a los que se alude en el relato, por tanto, lo que aquí se pretende es señalar precisamente el carácter emblemático y simplificado de dicha representación.

Pasemos ahora a la forma en la que en el programa se aborda el barrio, tanto para los estudiantes de clase media baja, como para los personajes que refieren a la clase alta. Cuando en el programa son abordadas las historias de los estudiantes del colegio público, no se abordan sólo los espacios familiares de los personajes sino también se hace uso del barrio como escenario prioritario donde se llevan a cabo las dinámicas cotidianas de los individuos de los barrios populares, se muestra el parque, la calles, la tienda, entre otros escenarios; se apela a la forma en la que los individuos usan su tiempo de ocio y su apropiación del espacio público como lugar de interacción, lo cual es diferente para los personajes del otro sector social a quienes muestra en otro tipo de lugares como los centros comerciales, la universidad y las zonas de diversión nocturna. De esto también se colige el que las relaciones y prácticas que se tejen entre los individuos de clase media al interior de la serie estén determinadas por la proximidad en cuanto al lugar de vivienda, lo cual no es claro para los personajes de clase alta.

Un elemento al que recurre el programa para la construcción de la representación de los distintos sectores sociales es el de la forma como se construyen los rasgos particulares de los individuos representados. En la serie se producen y reproducen jergas, se proponen vestimentas y se presentan valoraciones que son hechas por los personajes frente a la realidad. Para todos los personajes de la serie se evidencia claramente un modo de expresarse verbalmente, el cual se halla en relación con el entorno socio-cultural en el que el programa es producido y leído, y con la relativa determinación que

dicho entorno ejerce sobre los individuos que producen y consumen el programa. Todos los personajes que aparecen en la serie ubicados en una misma situación económica y social comparten unas formas socialmente definidas de ser en el mundo; es decir, un conjunto de maneras y posturas compartidas por medio de las cuales los individuos estructuran sus relaciones sociales. Aludir a una forma de «ser en el mundo» es referirse a las identidades colectivas de donde el individuo adquiere pautas de comportamiento por medio de las cuales configura su relación con el entorno al cual se debe y, en general, con toda la sociedad.

Por otra parte, se evidencia también una cierta distorsión en cuanto a lo que se busca referenciar en el programa, puesto que si bien todos los personajes que representan a los padres de los estudiantes del Jimmy Carter son vestidos de una manera acorde con los sujetos sociales que pretenden ser mostrados, los alumnos son presentados con un tipo de vestimenta que en muchos casos refiere a otro tipo de condición económica, lo cual puede ser explicado por la incursión de la publicidad en los relatos televisivos, ya que toda la población joven que se muestra viste la ropa de una marca que es publicitada en el programa. Se llega entonces a contradicciones en cuanto a códigos visuales y estéticos, contradicciones que fueron señaladas por la población lectora que analizamos.

En la lógica del programa se observa el uso de estereotipos informativos para la construcción tanto de los personajes como de las situaciones, además, a partir de dichos estereotipos y situaciones emblemáticas se construye una representación de las clases en la que se hace clara la diferenciación no sólo económica sino también cultural entre ellas. De otro lado, resulta interesante ver cómo se representan los destinos de las clases al interior del relato. Parece que en “Francisco el matemático” no se considera el asenso socioeconómico, sino que por el contrario se concibe a los individuos como relativamente inmóviles o destinados a la inmovilidad en cuanto sus condiciones estructurales.

*La audiencia interpela: Los estudiantes de la localidad Antonio Nariño hablan acerca de los estudiantes del “Jimmy Carter”*

Cuando indagamos, en el desarrollo de los grupos de discusión, por la representación que el programa hacía de los jóvenes que egresaban de los colegios distritales de Bogotá, los individuos refrieron un argumento que para nosotros era un punto de partida, a saber, que el programa efectúa la representación de unos sectores sociales que sirven como marco de referencia a las distintas historias eje en el relato. A través de la encuesta y del trabajo cualitativo se buscó reconocer cuáles eran —según la lectura hecha por los estudiantes— los sujetos sociales, que en términos socioculturales, el programa mostraba a través de la construcción de sus personajes centrales, cuáles eran los espacios —y de qué forma eran mostrados— en los que se desarrollaba la trama del

programa, y cuáles eran las dinámicas sociales en las que se veían envueltos dichos personajes; todo esto teniendo en cuenta que existe una disyunción entre lo que el programa busca representar y lo que efectivamente representa para las diferentes audiencias. Además, debe considerarse el programa como una presentación que obedece a la forma en la que opera la lógica de la producción de los relatos televisivos, y por ende, al sesgo particular que esto implica en cuanto que el producto está definido por los criterios de lo que es y no es televisable.

Las opiniones que ofrecen los individuos acerca de los estudiantes del Jimmy Carter son referidas a todo lo que en ellos resulta alegórico, por lo tanto, se habla explícitamente de la forma en la que éstos usan el lenguaje, así como en relación con la ropa que visten y la manera en la que son presentados los espacios que habitan. Se trata de un reconocimiento de la representación de un grupo de actores sociales a partir de los códigos que al interior del relato diferencian a los personajes, y que a su vez sirven para hacer alusión a un sector de la realidad social.

Estas referencias operan en algunos casos de tal forma que para los participantes de los grupos de discusión los alumnos del Jimmy Carter son estereotipos adecuados que permiten que se produzca cierto grado de identificación con ellos y la creación de una alianza a partir de algunas semejanzas aparentes, o, en otros casos, la manera en que están contruidos los personajes o las situaciones de la serie provocan un rechazo por parte de los lectores en cuestión. Así se colige, en primera medida, que los individuos reconocen (identificación primaria) que el programa busca representar el sector social al que ellos pertenecen a través del uso de códigos visuales, estéticos y lingüísticos, y de la presentación de algunas situaciones particulares. Empero, esta identificación primaria se quiebra en el momento en el que los lectores detectan que se hace un uso exagerado de dichos elementos, negativos la más de las veces. “Francisco el Matemático” no viste de manera adecuada a los personajes en relación con los actores a los que se pretende representar. No es coherente para los lectores que individuos aparentemente ubicados en un punto análogo al de ellos en el espacio social, sean mostrados con hábitos que no son acordes tales como lo es el uso de la vestimenta; los personajes observan posibilidades económicas que los individuos que participaron en las sesiones no consideran coherentes con la situación económica representada, lo que hace que lo que allí se representa sea asumido por los lectores como desproporcionado y contradictorio.

Los estudiantes se reconocen en el relato; saben que su relación con algunos personajes y situaciones está determinada por ciertos elementos que aparecen para ellos como propios. Partiendo del planteamiento anterior podemos remitir el análisis a la manera como, en los bienes simbólicos, se reproducen diferencias de clase, se masifican esquemas tipificadores sobre cómo son las formas de vida y de comportamiento de

los individuos que están en diferentes puntos del espacio social, pero además, cómo las clases se enfrentan simbólicamente a partir de la lectura que hacen del relato emitiendo sus posturas frente a los distintos contenidos, lo cual deviene en que en cierto grado se pueda develar, de manera matizada, una lectura «oficial» del programa al interior de las audiencias, que se fundamenta en el operar de los determinantes socio-económicos y culturales sobre la manera en la que los individuos construyen su uso social de la televisión.

La representación de las clases sociales que se hace en “Francisco el matemático” entra en contacto con una forma previa que tienen los individuos de concebir cómo son los actores que se deben a las distintas determinaciones de clase, concepción que es, en alguna medida, reforzada por la manera en la que las clases y las relaciones entre ellas aparecen presentadas en el programa. Observábamos así que los individuos, para presentar su lectura del mensaje, se apoyaban en percepciones de la realidad social a la cual se deben, resaltando las diferencias en cuanto a lo que para cada uno de los sectores de clase resulta significativo con respecto a la forma en la que se construye la cotidianidad, el uso del tiempo de ocio y las actitudes hacia el mundo que son materializadas en los usos del lenguaje y las diferentes estéticas que se manejan para cada uno de los grupos sociales.

La referencia de los participantes de los grupos de discusión frente a lo que es entendido por ellos como clase alta, es también significativa para acercarnos a la lectura de la recepción del programa filtrada por la noción de las representaciones que hace la televisión de las determinaciones sociales y económicas a las que se deben los actores sociales. Debemos reiterar que si bien el conocimiento social que tienen los individuos acerca de su propia situación estructural media la lectura de la representación que de ello se hace en el programa, cuando se enfrentan a la manera en la que es mostrada la clase alta, lo que media son los esquemas tipificadores de los individuos con respecto a los sectores sociales que les resultan ajenos, lejanos, y de los cuales sólo tienen ideas preconcebidas organizadas en cuanto estereotipos de la realidad: “es que si un rico se pone a hacer eso sería algo que no cuadraría en la sociedad”.

Cuando se indagó por la representación que el programa hacía de la clase alta tendieron a argumentar su desconocimiento del funcionamiento interno de lo que significa ser parte de ella, del estar ahí, sus argumentos se apoyaban en declaraciones como: “yo me imagino que eso debe ser así”, “no sé, porque es necesario haber vivido eso”, entre otras. No obstante, concluimos que la experiencia vicaria inherente a la relación televisión-televidente refuerza el hecho de que no sea necesario el «estar ahí», el «vivir-experimentar determinadas situaciones», para poseer un conocimiento mínimo y estereotipado de los condicionamientos y determinaciones asociadas a puntos del espacio social a los que el individuo no tiene acceso.

En relación con las críticas que hacen los estudiantes en cuanto a las desproporciones del programa al momento de lograr una representación de un sector de clase



determinado, ellos mismos atribuyen dichas desproporciones a algo que va mas allá de la producción de “Francisco el Matemático”, esto es, además, un elemento al que se refieren con cierta regularidad: la lógica televisiva. Se da por entendido que existen unos parámetros que son compartidos por todo lo que resulta televisado, los individuos parten de que en la televisión se tiene claro lo que puede o no ser presentado.

En síntesis, al observar la clase media-baja del programa, los estudiantes se perciben extrañados en el producto; los personajes de “Francisco el matemático”, a diferencia de ellos, son “pobres con DVD”, obedecen a un depuramiento estético y a un filtro propio que atañe a la forma en la que la televisión se realiza, es una representación en la que se mezclan ciertos elementos característicos de sectores sociales opuestos a través de la forma en la que están referenciados estéticamente, de los espacios habitados, de las cosas que hacen, de las posibilidades estructurales con las que son mostrados en la serie, y, además, de los lugares que visitan y de los cuales se apropian.

En este punto se evidencia una contradicción que tiene un valor significativo y es la de cómo, a pesar de que los individuos critican la forma en la que la serie aborda la presentación de la clase media, ellos consideran consecuente la representación que de ellos hace el programa en relación con lo que conciben que es y no es televisable. Los individuos de la clase media baja en el programa son pobres con DVD, pero son todo lo pobres que pueden ser los pobres de televisión.

De otro lado, los lectores no necesitan más información que la presentación visual que hacen los relatos televisivos para asociar a los personajes un tipo de comportamientos y cierto perfil actitudinal y axiológico, lo cual muestra claramente la manera en la que operan los esquemas tipificadores dentro de la producción y lectura de los mensajes televisivos logrando que no se requiera una presentación amplia de las historias de los actores o grupos de actores representados para que se produzcan descripciones lo suficientemente eficaces y el mensaje logre ser comprendido (y además se enlace a un referente real) por parte de los lectores.

Este es un panorama general de la forma en la que estaban representados los sectores sociales en el relato televisivo “Francisco el Matemático”, y la manera en la que dicha representación era resignificada por la población. Reiteramos que el objetivo central fue el de presentar comparativamente un análisis del relato, y del uso que hace la audiencia del mismo, en cuanto su significación cultural y los procesos de reconocimiento, identificación, rechazo y presencia de estereotipos informativos, que enlazan y se producen en su relación con el mensaje mediático.

## **Vida cotidiana y representaciones mediáticas del mundo social**

A lo largo de la exposición hemos tratado por aparte el tema del posicionamiento de la programación televisiva en la vida cotidiana y la capacidad que tiene la televi-

sión de movilizar, (re)construir y masificar representaciones. Para finalizar señalaremos algunos puntos de interrelación entre estas dos consideraciones.

Si pensamos en una cotidianidad en la que la televisión está constantemente presentando visiones, informaciones y opiniones acerca de diferentes aspectos de la vida social, convirtiéndose además en un elemento importante con respecto al uso del tiempo libre, casi al punto de constituirse en un tótem secular y doméstico que en ocasiones pasa más tiempo con las nuevas generaciones que los adultos significativos; los estudios de recepción deben dirigir su mirada hacia dos relaciones fundamentales. En primera medida, debe analizarse el talante que tiene la forma en la que la televisión presenta diferentes aspectos del mundo social, el cual se debe a condicionamientos ideológicos, políticos y culturales propios a la lógica de la esfera de la producción, y dar su lugar relativo a la intencionalidad que guía a los productores de mensajes mediáticos. Las representaciones masificadas en los medios posicionan definiciones del mundo social (no debe olvidarse que estos planteamientos son controvertidos y resignificados por los lectores), las cuales son algunas veces las únicas, o las más significativas, a las que los individuos tienen acceso. Si bien estas definiciones son devenidas del mundo social mismo, sería ingenuo subestimar el direccionamiento que el filtro propio a la producción de televisión les confiere.

En segunda instancia, el estudio de la cotidianidad en las sociedades modernas no puede menos que reparar en la función que dentro de ésta cumple lo mediático —no sólo en lo que respecta a la televisión—, reestructurando las formas en las que se dan las relaciones entre los individuos y las relaciones que se establece con el mundo social a través de lo tecnológico, y en general, de los medios de comunicación. Se trata de una cotidianidad que rebasa el aquí y el ahora y que da cabida a realidades y personalidades virtuales que si bien no desplazan el significado que tiene la realidad perceptible y los individuos con quienes la comparto, sí implican, en mayor o menor medida, un flujo simbólico que influye en la manera en la que el individuo concibe el mundo y su posición dentro de él.

### **DAVID FERNANDO GARCÍA**

Sociólogo de la Universidad Nacional de Colombia  
Actualmente cursa la Maestría en Estudios Culturales de la misma Universidad.  
dfgarcia@unal.edu.co

### **CÉSAR AUGUSTO GONZÁLEZ**

Sociólogo de la Universidad Nacional de Colombia.  
nozzec@hotmail.com

RECIBIDO OCTUBRE DE 2005 — ACEPTADO NOVIEMBRE DE 2005

## Referencias bibliográficas

- BERGER, P. y LUCKMANN, T. (1968) *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires: Amorrortu editores.
- BOURDIEU, P. (1998) *Cosas dichas*, Buenos Aires: Gedisa.
- \_\_\_\_\_ (1997) *Sobre la televisión*, Barcelona: Editorial Anagrama.
- \_\_\_\_\_ (1995) *Respuestas: por una antropología reflexiva*, México: Editorial Grijalbo.
- \_\_\_\_\_ (1990) *El sentido práctico*, Madrid: Taurus humanidades.
- \_\_\_\_\_ (1988) *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*, Madrid: Editorial Taurus.
- GARCIA CANCLINI, N. (1997a) *Cultura y comunicación: entre lo global y lo local*, Buenos Aires: Editorial periodismo y comunicación.
- \_\_\_\_\_ (1997b) *Imaginario urbano*, Buenos Aires: Editorial Eudeba.
- \_\_\_\_\_ (1995) *Consumidores y ciudadanos: conflictos culturales de la globalización*. México, Grijalbo.
- \_\_\_\_\_ (1990) *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México: Editorial Grijalbo.
- \_\_\_\_\_ (1985) *Cultura transnacional y culturas populares en México*, México: Mimeo.
- \_\_\_\_\_ (1984) *Materiales para la comunicación popular*, Lima: Nueva Sociedad.
- HERNÁNDEZ DAZA, G. y BETANCOURT ARANGO, A. (1989) *TV y cultura: Los jóvenes en el proceso de enculturización*, Bogotá: Editorial Nueva América, CEDAL.
- JENSEN, M. (1993) *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*, Barcelona: Editorial Bosch.
- LÓPEZ DE LA ROCHE, M. y MARTÍN-BARBERO, J. (1994) *Los niños como audiencias: investigación de recepción de medios*, Bogotá: ICBF.
- MARTÍN-BARBERO, J. (1997) *Heredando el futuro: pensar la educación desde la comunicación*, Bogotá: Nómadas, N° 5, septiembre 1996 – febrero 1997.
- \_\_\_\_\_ (1995) *Pre-textos: consideraciones sobre la comunicación y sus contextos*, Cali: Centro Editorial Universidad del Valle.
- \_\_\_\_\_ (1991) *De la comunicación a la cultura, perder el objeto para ganar el proceso*, Bogotá: Signo y pensamiento, Vol. 10, N° 28, enero – junio.
- \_\_\_\_\_ (1989) *Investigación de la comunicación y análisis socio-cultural*, Madrid.
- \_\_\_\_\_ (1987) *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*, Barcelona: Ediciones G. Gili.
- \_\_\_\_\_ y MUÑOZ, S. (1992) *Televisión y melodrama: Géneros y lecturas de la telenovela en Colombia*, Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- \_\_\_\_\_ y OROZCO GÓMEZ, G. (1990) “La comunicación desde las prácticas sociales. Reflexiones en torno a su in-

- vestigación” En: *Cuadernos de comunicación y prácticas sociales N° 1*, México: Editorial Universidad Iberoamericana.
- McLUHAN, H. M. (1969) *La comprensión de los medios*, México: Diana.
- MORAGAS, de M. (1985) *Sociología de la comunicación de masas*, 4 Vols. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- \_\_\_\_\_ (1981) *Teorías de la comunicación*, Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- OROZCO GÓMEZ, G. Comp. (1997) *La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina: tendencias, perspectivas y desafíos del estudio*, Buenos Aires: Editorial periodismo y comunicación.
- \_\_\_\_\_ (1996) *Televisión y audiencia. Un enfoque cualitativo*, Madrid: Editorial de la torre, Universidad Iberoamericana.
- \_\_\_\_\_ (1992a) *Hablan los televidentes: Estudios de recepción en varios países*, México: Universidad Iberoamericana.
- \_\_\_\_\_ (1992b) *Cuadernos de comunicación y prácticas sociales*, N° 1 y 2, México: Universidad Iberoamericana.
- OROZCO GÓMEZ, G. y CHARLES CREEL, M. (1990) *Educación para la recepción: hacia una lectura crítica de los medios*, México: Editorial Trillas.
- PINTOS J. L. (1994) *Los imaginarios sociales. (La nueva construcción de la realidad social)*, Santiago de Compostela: J.M.Aguirre & X. Insausti (Editores).
- REQUENA GONZÁLES, J. (1995) *El discurso televisivo: el espectáculo de la posmodernidad*, Madrid: Editorial Cátedra.
- TEDESCO, J. C. (1995) *El nuevo pacto educativo –Educación, competitividad y ciudadanía en la sociedad moderna–*, Madrid: Grupo Anaya.
- THOMPSON, J. (1998) *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*, Barcelona: Paidós.