

# LOS ESTUDIOS DE RECEPCIÓN EN ECUADOR: PARADOJAS, VACÍOS Y DESAFÍOS

Fernando Checa Montúfar

Resumen: Quito fue una suerte de "capital de la comunicación latinoamericana" con la presencia de ocho organizaciones internacionales de comunicación. No obstante esto y las importantes actividades realizadas en el campo comunicacional, paradójicamente los efectos, especialmente en el ámbito de la investigación, han sido mínimos. El texto pone en evidencia la condición marginal de la investigación en el Ecuador (aunque con un interesante repunte en los últimos años) y, más aún, la de los estudios de recepción (ER).

Palabras clave:  
investigación, recepción, Ecuador

Fernando Checa Montúfar: periodista y profesor universitario, MA por la Universidad Andina (Quito), Ph. D. (c) por la Universidad de Michigan; actualmente es catedrático en la Universidad Andina de Quito.

Hace 30 años, Martín-Barbero sufrió un “escalofrío epistemológico” que le transformaría su sensibilidad y sus mapas mentales y le obligaría a renovarse teóricamente. Cuenta que le sucedió en el cine México, ubicado en un barrio popular de Cali. Allí se exhibía, hacía 6 meses, el melodrama mexicano *La ley del monte*. Él y otros letrados académicos se burlaban mientras veían ese “bodrio argumental y estético” mientras el público popular y asiduo de la sala lo veía en un silencio asombroso. Al poco rato, algunos espectadores se acercaron y les amenazaron: “o se callan o les sacamos”. Mientras Martín-Barbero se hundía avergonzado en su butaca dejó de ver la película para mirar a la gente y preguntarse: “¿qué tiene que ver la película que yo estoy viendo con la que aquellos ven?, ¿cómo establecer relación entre la apasionada atención de los demás espectadores y nuestro distanciado aburrimiento? En últimas ¿qué veían ellos que yo no podía/sabía ver?” (2002: 29). Así, del escalofrío pasó a la “ruptura epistemológica”, a *la necesidad de cambiar el lugar desde donde se formulan las preguntas*, de pasar del texto al con-texto, al espacio del consumo, la cultura y la vida cotidiana. Lo cual implicó “un desplazamiento metodológico indispensable, hecho a la vez de *acercamiento etnográfico* y *distanciamiento cultural*, que permitiera al investigador *ver con la gente*, y a la gente *contar lo visto*” (29); es decir, indagar los usos sociales y la (re) producción de sentidos y prácticas que se generan a partir del consumo de los productos culturales.

Fue a mediados de los años 70 y, no obstante la cercanía cultural y geográfica de esa ciudad y de la experiencia fermental que allí se inició, el influjo de esa nueva epistemología no llegó a Ecuador. Y a esta paradoja podemos sumar otra. Hasta hace pocos años, Quito fue una suerte de “capital de la comunicación latinoamericana”, por un hecho envidiable: en esta ciudad se encontraban las matrices de ocho organizaciones internacionales de comunicación: CIESPAL, OCIC-AL, UNDA-AL, UCLAP, AMARC, ALER, PROA y el Proyecto Latinoamericano para Medios de Comunicación de la Friedrich Ebert Stiftung. No obstante esta presencia y las importantes e influyentes actividades realizadas

por esas organizaciones en el campo comunicacional, los efectos en lo nacional, especialmente en el ámbito de la investigación, han sido mínimos.

Este trabajo pone en evidencia la condición marginal de la investigación en comunicación en el Ecuador (aunque con un interesante repunte en los últimos años) y, más aún, la de los estudios de recepción (ER), tema en el que nos centramos<sup>1</sup>. Uno de los problemas fundamentales que encontramos es la seria dificultad para acceder a la información pertinente, especialmente en lo atinente a tesis de pregrado y posgrado, lo que ha determinado que el análisis se limite a lo que sobre ER se ha publicado en los últimos 15 años.

Así, la información que se presenta a continuación no es exhaustiva, debido a los problemas de información que son múltiples. Los más importantes son los siguientes.

No hay una conciencia sobre la importancia de la información y, por tanto, no hay una “cultura de la información” (registros, sistematizaciones, difusión y diseminación, accesibilidad, etc.) más grave aún pues los sistemas de información son un insumo básico de la investigación. Muchas instituciones no tienen página web o si la tienen suele ser muy elemental y desactualizada, son escasísimas las que tienen un servicio eficiente y completo. Hay un celo profundo para entregar información. El caso de las empresas encuestadoras es patético, no sólo que creen haber inventado el agua tibia, sino que quieren patentarla. Se negaron a entregar información aduciendo confidencialidad, desconfianza profesional, temor de que les “copien” metodologías y les “pirateen” resultados, pese a la insistencia de que sólo queríamos datos generales sobre el tipo de investigaciones que realizan, temas y frecuencias. En todo caso, se sabe que la docena de encuestadoras existentes en el Ecuador generalmente realizan verificación de audiencias de programación general, de programas específicos y consumo de marcas; también estudios de mercado previo al

<sup>1</sup> Este trabajo tuvo como base un primer levantamiento de información que hicieron los alumnos y alumnas de Nilda Jacks, en la UASB-Q, a quienes reconocemos su esfuerzo y les agradecemos.

lanzamiento de productos, programas o medios de comunicación. Esta investigación siempre está centrada en enfoques cuantitativos y en el comportamiento estrictamente comercial del consumidor y no en sus comportamientos sociales; la perspectiva del marketing es la gravitante y no la de los impactos culturales.

Otro problema es la falta de coordinación interinstitucional para sistematizar información, crear bases de datos y redes. No hay registros intra e interinstitucionales adecuados, salvo poquísimas excepciones, o los hay pero sin accesibilidad eficiente. Otro problema es el desconocimiento del tema y de lo que la propia institución hace, en los encargados de la información. Esta es una perspectiva general de las carencias en información que afectan a la investigación de la comunicación y a la investigación de la investigación, que es nuestro caso. A ello se suman los relacionados con la actividad en sí misma.

## Problemas y límites de la investigación en comunicación

En junio de 1991, CIESPAL organizó el Primer Encuentro de Investigadores de la Comunicación en Ecuador (cfr. CIESPAL, 1993a, 1993b).<sup>2</sup> Allí ya se señalaron varios problemas que, lamentablemente, aún persisten y, en algunos casos, se han acentuado. Veamos algunos de ellos.

Bajo presupuesto para la investigación, especialmente en Ciencias Sociales.<sup>3</sup> Carencia de una sólida tradición científica en la universidad y de políticas que fomenten la investigación. La tendencia general es a aplicar conocimientos y no a la producción científica: hay deficiencias teóricas y metodológicas lo que se traduce, entre otras cosas, en objetivos investigativos poco claros. Carencia de docentes especializados y, consecuentemente, preparación insuficiente de los estudiantes en teorías, métodos y técnicas de investigación renovados. Con poquísimas excepciones, los profesores universitarios son mal pagados, sin la posibilidad de dedicación exclusiva, y cuando la tienen implica enormes cargas horarias. En otros casos no tienen dinero

ni tiempo para actualizarse e investigar pues deben diversificar sus fuentes de ingresos. Además, hay un reducido mercado ocupacional para investigadores, lo cual inhibe la generación de ofertas académicas en investigación de la comunicación y reduce el interés de los estudiantes en ellas.

A esto se suma un agravante: las poquísimas especializaciones en investigación que existían en Ecuador desaparecieron para dar paso al incremento de las vinculadas a las necesidades del mercado. Actualmente, 44 universidades ofrecen programas de comunicación en pregrado (con títulos de tecnólogo, licenciado, ingeniero). Se ofrece un total de 85 especializaciones, según el siguiente detalle: Comunicación Visual, Multimedia, Diseño Gráfico, 16 (18.8%); Comunicación Organizacional, Corporativa, Empresarial o Relaciones Públicas, 14 (16.5%); Publicidad o Marketing, 11 (12.9%); Periodismo, 10 (11.8%); Comunicación Educativa o para el Desarrollo, 7 (8.2%); Comunicación Social o Ciencias de la Información en general, 5 (5.9%); Comunicación y Literatura, 2 (2.4%); y, sin especificar 14 (16.5%). En el posgrado: Comunicación Organizacional, 6 (50%); Comunicación Social, 4 (33.2%); Periodismo, 1 (8.4%); y, Comunicación y Campañas Políticas, 1 (8.4%). De lo que se concluye que el 50% de las especializaciones responden a las necesidades pragmáticas del mercado (bajo el lema tácito de que “lo que no da dinero no sirve”) que privilegian lo instrumental (Comunicación Organizacional y sus variantes, Publicidad y Multimedia), y no existe una sola especialización de investigación de la comunicación.<sup>4</sup>

<sup>2</sup> Primera y única iniciativa que no fructificó: allí se creó la Asociación Ecuatoriana de Investigadores de la Comunicación con el propósito de desarrollar el área, pero tuvo vida efímera y ninguna incidencia.

<sup>3</sup> Algunos datos: en 2003, el 0.06% del PIB se invirtió en CyT en Ecuador, mientras que en América Latina fue el 0.66%. Del gasto en I+D, el 9.28% corresponde a Ciencias Sociales y Humanidades, cfr. Iván Herdoíza, «Indicadores en CyT en Ecuador», [www.fundacyt.org.ec](http://www.fundacyt.org.ec).

<sup>4</sup> Hace unos tres años, y luego de una existencia de más de dos décadas, desapareció la especialización en investigación de la comunicación de la FACSIO de la Universidad Central de Quito. Actualmente, su oferta es generalista en Comunicación. A inicios del milenio, la Pontificia Universidad Católica del Ecuador ofreció la Maestría en Investigación y Docencia de la Comunicación: salió una sola promoción, no se volvió a ofrecer el programa por falta de interés de los potenciales estudiantes.

Fue muy difícil acceder a la información completa de tesis de grado.<sup>5</sup> En todo caso, una muestra de ellas nos da una idea de esa carencia. En la Escuela de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana se presentaron 48 tesis en los últimos años: la tendencia prevaleciente es el estudio de medios y mensajes, ni una sola sobre ER. En su Maestría en Educomunicación se presentaron 52 tesis, sólo 3 de ellas tienen relación directa o parcial con los ER. En la UASB sucede algo similar: de 30 tesis sobre temas de comunicación, presentadas desde el origen del programa en 1996, sólo una es sobre la recepción radiofónica y otra, parcialmente, sobre consumo de la prensa sensacionalista. En el ámbito editorial, que es prolífico en esta universidad, se han publicado 18 títulos sobre comunicación, 15 dentro de la serie Magíster (que publica las tesis de maestría que se consideran relevantes); de estos sólo uno (Checa, 2003) tiene relación con ER y es precisamente la tesis sobre el consumo de la prensa sensacionalista. En la FLACSO se contabilizan 8 tesis en su Maestría en Comunicación, Sociedad y Políticas Públicas para Internet, ninguna sobre ER, igual cosa sucede en sus publicaciones.

Otro caso ilustrativo es el del Instituto Superior de Investigación de la Comunicación Social (ISICS) de la FACSIO. Desde su fundación, hace casi 20 años se han realizado unas 10 investigaciones<sup>6</sup>, sólo una tiene relación con el tema, desarrollada conjuntamente con el CIESPAL en 1990, es sobre la percepción de telenovelas que tienen mujeres de barrios populares de Quito. Fue un trabajo etnográfico en 14 familias, basado en las teorías de Murdock, Fuenzalida y Orozco, que buscó establecer las conexiones entre la telenovela y la apropiación que de este género hacen las mujeres en su cotidianidad familiar y comunitaria, y desde su propio repertorio cultural. La conclusión fundamental fue que la telenovela se constituye en elemento satisfactor de necesidades de diverso orden e influye en las relaciones familiares y comunitarias (Muela, 1993<sup>7</sup>). Lo sucedido con el ISICS es muy significativo pues es el único instituto de “investigación de la comunicación” en el país e ilustra lo que acontece en este campo.

En este contexto de paradojas y vacíos, la investigación de la comunicación es pobre en

Ecuador, más aún los ER: pobres en cantidad, en enfoques y en aportes al campo. La poca actividad en ER se ha desarrollado desde dos perspectivas: una instrumentalista, de larga data y que perdura hasta hoy, desarrollada por el CIESPAL, algunas universidades, empresas encuestadoras y medios de comunicación. La otra, dada últimamente, más compleja e interesante (y esperamos que fermental), que mira a la comunicación desde la cultura, en la perspectiva del consumo cultural, y muy preocupada por lo popular y la emergencia de ciertos grupos, especialmente juveniles; es decir, que combina comunicación, cultura urbana y nuevas identidades. Veamos las características de estas líneas de los ER en el Ecuador.

## La investigación y la perspectiva instrumental

Sin duda, el Ciespal<sup>8</sup> ha sido un referente muy importante en el campo de la comunicación latinoamericana. Si bien en un principio fue vehículo de transmisión del difusionismo y de las ideas comunicacionales hegemónicas, desde los años 70 fue espacio importante para la difusión del pensamiento crítico latinoamericano, hecho que se puede evidenciar muy especialmente en su producción bibliográfica y en su revista *Chasqui*. Sin embargo, ese carácter crítico no

---

<sup>5</sup> Esa información no está en las páginas web de las universidades que la tienen, excepto en la de la UASB, la única posibilidad es ir a cada campus para encontrarnos con que no hay registros, en la mayoría de los casos, o están dispersos, sin sistematización y no digitalizados. La ausencia de la « cultura de la información » es evidente: los alumnos encargados de obtener información sobre este sector enviaron *e-mails* a las universidades que ofrecen programas de comunicación y sólo respondieron 3, con la información señalada anteriormente, y 2 indicaron que no contaban con esa información y que habría que acercarse a ellas; el resto, silencio.

<sup>6</sup> Calculamos que son 10 al cruzar diversas fuentes. Funcionarios consultados de esa universidad no pudieron dar una información completa pues no hay registros de los títulos de las investigaciones realizadas y, peor aún, archivos de sus respectivos informes.

<sup>7</sup> Cabe indicar que esta publicación es una versión sintética del informe de investigación que no se pudo encontrar.

<sup>8</sup> Ciespal fue fundado en 1959 y trabaja en las áreas de investigación, capacitación, producción y publicaciones. En esto último ha sido prolífico: cerca de 300 títulos publicados y más de un centenar de números de su revista *Chasqui*: 25 en su primera época (1975-1980) y 90 en su segunda (1981 hasta hoy), pero no podemos considerar como producción ecuatoriana dado que la inmensa mayoría de autores no son nacionales y/o no aluden a la realidad del país. Sobre el devenir histórico de Ciespal, desde una perspectiva crítica, véanse los artículos de Cremilda Medina, Daniel Prieto Castillo y Eduardo Meditsch, en *Chasqui* # 67, septiembre de 1999. Un análisis más actual se encontrará en el artículo de José Steinsleger, en *Chasqui*, # 88, diciembre de 2004.

aparece en su producción investigativa, que no ha sido un referente innovador y ejemplar para América Latina. Según Anita López, jefa de Investigación, la institución ha realizado 20 grandes investigaciones en sus 46 años de vida, 17 de ellas relacionadas total o parcialmente con los estudios de ER: usos, preferencias y credibilidad de medios; análisis de lectoría de prensa; influencia de medios; diagnósticos comunicacionales y de conocimientos, actitudes y prácticas sobre diversos temas; estudios de audiencias y de mercado; validaciones de materiales educativos multimedia. La técnica predominante ha sido la encuesta, aunque también se ha combinado con entrevistas y grupos focales. Han sido investigaciones enmarcadas por los lineamientos de la investigación tradicional, básicamente funcionalista e instrumental, que poco han aportado a una producción científica que establezca las bases de nuevas epistemologías, de enfoques teóricos y metodológicos renovados. Han sido investigaciones que no asumen los enfoques críticos latinoamericanos que buscan establecer las conexiones profundas entre los procesos comunicativos y las prácticas sociales; es decir, las dinámicas culturales, los modos de relacionarse socialmente y construir identidades a partir, especialmente y no exclusivamente, de los productos de las industrias culturales. Pocas de estas investigaciones han sido publicadas<sup>9</sup>: Checa (1991, 1993), López y Vaca (1996) y Córdoba (1993a).

Dentro de esta primera perspectiva, una variante interesante es el estudio de la recepción de textos oficiales del bachillerato, relacionados con el conflicto territorial entre Ecuador y Perú, para determinar en qué medida los estudiantes de los sextos cursos presentan actitudes y valores de carácter autoritario y belicista (Jaramillo, 2002<sup>10</sup>). A partir de un análisis de contenido de estos textos, el autor diseñó y aplicó cuestionarios a 586 alumnos de 6 centros educativos en Quito, Guayaquil y el Puyo, durante el período académico 1998-1999. Esto permitió establecer temas recurrentes en los textos oficiales de esa asignatura y la reacciones afectivas de los alumnos

<sup>9</sup> Desde luego que otros informes de investigación han sido publicados, aquí sólo nos referimos a los relacionados con ER.

<sup>10</sup> Artículo que sintetiza su investigación publicada en el 2001.



Fotografía: natalia lópez



Fotografía: claudia galindo

al significado de ciertas palabras y conceptos claves. El autor concluye que las percepciones y valoraciones que los estudiantes tienen de la «Historia de límites» y sus textos oficiales se caracterizan por una gran tendencia al autoritarismo, armamentismo y etnocentrismo territorial (para los que tienen una valoración positiva), desconfían del diálogo y del sistema político-democrático, demuestran un cierto entusiasmo por la fuerza, tienen una visión negativa de los hechos históricos; y exteriorizan una cierta aversión al gobierno y pueblo peruanos calificados negativamente. Suponemos que luego del Acuerdo de Paz de Itamaraty, firmado por Ecuador y Perú en 1998, estas percepciones empezaron a cambiar.

Otra línea interesante de trabajo, que ya se abre a la perspectiva cultural, es la que vincula comunicación y educación. Aquí cabe destacar el esfuerzo de Cefocine, un organismo privado creado en 1988 y que desde 1990 integra la Red del Universo Audiovisual del Niño, Plan Deni. Es prácticamente el único que ha desarrollado una experiencia, aunque marginal, en la educación para la recepción televisiva en niños. Un elemento importante de su estrategia es la investigación de la percepción infantil, a partir de la cual ha diseñado una metodología lúdica para generar televidentes activos, críticos y creativos, y explotar el potencial creativo infantil para la producción audiovisual; y todo ello en alianza con docentes y padres de familia que también participan en talleres especiales (Coronado, 1993, 1997). Entre febrero de 1999 y septiembre de 2001, desarrolló el proyecto “Pandillas: una apuesta por la esperanza” dirigido a 387 jóvenes y 151 niños y niñas de barrios marginales de Guayaquil, cuyas graves condiciones socioeconómicas son el caldo de cultivo para el surgimiento de pandillas (Cefocine y Fundación Esquel, 2002). El resultado, entre otros, fue el desarrollo y pulimento de una metodología lúdica y creativa que vincula educación y comunicación, y donde los ER juegan un papel fundamental. En esta línea, otro hecho que cabe relatar es la maestría en Educomunicación que desarrolló la Universidad Politécnica Salesiana, hace unos cinco años, de la que salieron 10 tesis vinculadas a la actividad docente concreta en sendos establecimientos

educativos del país, lo que al menos hace suponer que esta importante actividad se desarrollará e incrementará en el ámbito educativo y complementará los esfuerzos de Cefocine.

## La dimensión simbólica del consumo o la comunicación desde la cultura

A fines de los 90 se pasó de la perspectiva instrumental a una cultural con énfasis en la construcción social del sentido y en las articulaciones entre comunicación y cultura. Con énfasis en el consumo cultural, se han desarrollado pocas pero interesantes investigaciones, especialmente en relación a los jóvenes y sus prácticas, vistas desde una dimensión cultural, como fenómenos contraculturales, de resistencia, de construcción de identidades antidisciplinarias, de formas diferentes de hacer política. Un primer estudio pionero y exploratorio al respecto es el desarrollado en 1998 por Cerbino, Chiriboga y Tutivén (2000) con jóvenes de Guayaquil. Con un enfoque interdisciplinario en el que confluyeron la antropología cultural, la sociología de la comunicación, el psicoanálisis lacaniano, y los estudios de géneros, estos autores se plantearon como objetivo central «lograr la visibilidad de los jóvenes de Guayaquil a partir de sus consumos culturales y las comunidades de sentido que constituyen. Visibilizarlas para el Estado y la sociedad civil... [pues] los jóvenes desde sus prácticas cotidianas, de ocio especialmente, y desde su posición de productores y consumidores de símbolos e identidades culturales, revelan otras dimensiones del ser social, otras formas de vincularse con la realidad. Dimensiones invisibles para quienes no se interrogan por ellas» (26).

El consumo cultural era una categoría central del análisis, y lo definían como «la apropiación simbólica e imaginaria de los consumos materiales. Los consumos culturales hacen intervenir la producción y/o apropiación del sentido social, de los universos sociales de sentido. Permiten comprender, a través de los usos de los *objetos mercancías*, cómo se configuran los estilos de vida, las temporalidades adscritas,

las interpretaciones de los textos producidos, en gran parte por las industrias culturales» (44). Este estudio tuvo un carácter fundamentalmente cualitativo, aunque se apoyó también en lo cuantitativo (sondeo y encuesta), basado en un trabajo de campo de tipo etnográfico: grupos focales, entrevistas a profundidad y observación participante. Algo interesante, aunque problemático, fue el hecho de que los mismos jóvenes, previamente seleccionados y capacitados, fueron los etnógrafos cuyo trabajo luego fue contrastado con entrevistas a profundidad a las que fueron sometidos por los autores de la investigación. Se establecieron varias categorías de análisis: medios de comunicación; música; moda, ropa y marca; diversión y lugares; ciudad y territorio urbano; tecnologías; deporte; drogas y alcohol; dinero; relaciones sociales. Esta información permitió hacer una antropología del cuerpo juvenil, «categoría interpretativa que mejor sintetiza los saberes, los sentires, los valores y la visibilidad de las culturas juveniles» (65), y resaltar el rol de la música en la constitución de estas culturas. Lo anterior llevó a establecer que lo social se disuelve en la socialidad de una comunidad emocional dado que «la comprensión de la socialización en las culturas juveniles de Guayaquil parte de la teoría de que son los consumos de los objetos culturales (música, moda, marcas) que la industria del espectáculo y del entretenimiento ofrecen, los mediadores que estructuran en buena medida los vínculos sociales entre los jóvenes, así como sus cosmovisiones, sus valoraciones, sus códigos de reconocimiento social» (109)<sup>11</sup>.

Posteriormente, y con un enfoque similar, Cerbino (2002, 2004) desarrolló una investigación cualitativa, entre diciembre de 2001 y febrero de 2002, de los jóvenes pandilleros. Ésta tuvo en un enfoque exclusivamente fenomenológico, basado en técnicas cualitativas: entrevistas a profundidad y observación participante desarrollada por jóvenes pandilleros y ex pandilleros de Quito, Guayaquil y Cuenca. Esto con el propósito de priorizar la palabra para ir más allá de las estadísticas y dar cuenta de las subjetividades juveniles. Nuevamente, la categoría central del análisis fue el consumo cultural, en su dimensión biopolítica y como antidisciplina y *poiesis*, que establece diferencias sociales y simbólicas, pero también

cohesiona, y que no es copia de los íconos y símbolos de las industrias culturales, sino «una operación de «devolución» del significado, de traducción legítima o adaptación local, incluso desordenada, de los flujos y mercancía cultural que forma parte de la parafernalia mediática» (2002: 417). Categorías importantes del análisis fueron: las miradas estigmatizadoras de la prensa, el rol de los imaginarios y su conflictividad, los sentidos y valores de la mirada juvenil, el fundamento simbólico de las identidades (colores, atuendos, adornos), ritos, jerarquías, acciones y gestualidades, el rol del lenguaje oral y escrito, la masculinidad hegemónica permeada desde la misma sociedad (especialmente, desde los medios), la dimensión guerrera del pandillero, la lucha por el liderazgo, las razones para pertenecer a pandillas. En suma, esta investigación permitió un acercamiento más a fondo a las raíces antropológicas de la violencia urbana juvenil; es decir, «profundizar los sentidos y valoraciones de los mundos juveniles pandilleros, en los campos imaginarios y simbólicos de la conflictividad entre e intrapandillas, los contextos sociales, económicos y culturales en los cuales ésta se produce, así como, en los entornos, instituciones y ámbitos de incidencia» (2002: 430).

En el tema de las identidades juveniles, Gallegos (2004) analiza las características del fenómeno metalero en Quito para desvirtuar la «mirada epidemiológica» con la que la normativa hegemónica ve a estos colectivos, asociándoles a la violencia, drogas, delincuencia, satanismo, etc.; y verlos como una de las tribus urbanas que construyen una identidad desde la resistencia y contra lo «normal». A partir de entrevistas a profundidad y observación, analiza el sistema vestimentario y la dramaturgia del cuerpo que, impugnando un orden, devienen en fuerte emblema de identidad; los espacios de reunión y de conciertos; su afianzamiento como un modo de vida, espacio de resistencia y formas desinstitucionalizadas de hacer política.

---

<sup>11</sup> Otras publicaciones de esta investigación: Cinthia Chiriboga, «Género y culturas juveniles», pp. 163-182; y Mauro Cerbino, «Para una antropología del cuerpo juvenil», pp. 140-153. Los dos textos en: Iván Rodrigo, Leonela Cucurella (ed.), *Comunicación en el tercer milenio*, Quito: FES, Abya Yala, 2001. También ver Mauro Cerbino, «De malestares de la cultura, adicciones y jóvenes», en: *Íconos* # 8, junio-agosto, 1999, pp. 58-65.

Un eje de análisis importante es el consumo cultural y las prácticas y relaciones sociales de estos grupos en torno a uno de los productos masivos de la industria cultural: el *metal* o *heavy metal* y todas sus tendencias.

Otra manifestación local de la «tecnocultura», la tecnocumbia, fenómeno musical similar al de la «chicha» peruana, también ha sido motivo de análisis. Santillán y Ramírez (2004) exploran este «campo» desde una perspectiva antropológica y establecen los vínculos entre la producción, circulación y consumo de este género musical de gran aceptación en la región en los últimos tiempos. A base de la observación y entrevistas, caracterizan al fenómeno tecnocumbiero desde el consumo cultural, categoría que la definen como «una práctica socialmente condicionada en la que los individuos actúan selectivamente al apropiarse y *hacer suyos* determinados bienes y prácticas, dándoles usos y sentidos sociales locales» (46); con lo cual se resalta el valor simbólico del consumo que permite identificaciones/adhesiones, diferenciaciones sociales y distinción simbólica; así, no sólo es importante el objeto sino dónde -espacios- y cómo -formas- se consume.

En esta relación entre identidad y música, Wong (1999)<sup>12</sup> hace un análisis del pasillo y «cómo los ecuatorianos y ecuatorianas de diferentes clases sociales, etnicidades y generaciones se identifican consigo mismas y con la *otredad*» (270) a través de este tipo de música que genera múltiples, y a veces contradictorios, significados entre los variados grupos que se identifican con ella. Como en procesos similares en otros países latinoamericanos, la radio y la industria discográfica (a diferencia de México o Argentina, el cine ha sido absolutamente marginal en Ecuador) tuvieron un rol muy importante en la nacionalización<sup>13</sup> y popularización del pasillo en el ámbito nacional e internacional. Conectado con el tema que nos ocupa, la autora hizo entrevistas a profundidad a personas de Quito y Guayaquil para caracterizar el consumo de este tipo de música, establecer ese proceso de nacionalización y examinar los lazos afectivos y memorias colectivas: el porqué los ecuatorianos nos identificamos con el pasillo y sus textos sentimentales.

Con respecto al consumo televisivo, Oquendo (2002<sup>14</sup>) analiza, desde los estudios de la comunicación y la antropología, la relación dinámica que tienen los niños de Quito con la TV. Su propuesta teórica se fundamenta en los aportes de Guillermo Orozco, David Morley, Manuel Martín Serrano y James Lull; que conceptúan a las audiencias como entes activos que negocian con los contenidos televisivos en un contexto multimediado donde el rol de la familia es importante. Desde luego, eso no le lleva a concluir que esta televidencia negociada implique un poder organizado, ni equivalente al poder del emisor. Para tal propósito, Oquendo hizo un trabajo etnográfico basado en entrevistas y grupos focales a niños (entre 12 y 14 años), padres de familia y maestros en dos colegios de Quito: uno de estrato socioeconómico bajo y el otro alto. Además de confirmar el carácter activo de las audiencias infantiles, y las diferentes interpretaciones determinadas por su atmósfera cultural correspondiente, el autor concluye que esa relación no es un hecho aislado: «ver TV es un acto colectivo –enfatisa–, independientemente del hecho de si lo hacemos o no ante la presencia física de otros. Siempre estamos *acompañados*, porque participamos de perspectivas culturales cuyo origen es fundamentalmente social» (139).

Con respecto a la prensa, Checa (2003) realizó una aproximación al consumo y no consumo de la prensa sensacionalista<sup>15</sup> desde una perspectiva sociosemiótica que establece las conexiones entre la producción (el *newsmaking*) y su consumo para caracterizar su “sintaxis popular” y el contrato de lectura entre sus editores y lectores. Para analizar el (no) consumo, realizó una encuesta (a 70 lectores y a 70 no lectores del diario), entrevistas a profundidad y observación en espacios públicos de lectura, que permitieron acercarse a las percepciones, usos y prácticas de

<sup>12</sup> Este artículo es parte de la tesis de maestría en Etnomusicología que la autora realizó para la Universidad de Texas, Austin.

<sup>13</sup> El pasillo es una expresión muy popular en varios países; sin embargo, ha sido el Ecuador el que lo ha «nacionalizado» y establecido como propio y parte sustancial de su identidad.

<sup>14</sup> Este libro es la tesis de licenciatura que el autor presentó en la Facultad de Antropología de la Universidad Católica de Quito. Como se puede apreciar nuevamente, es desde otros campos donde los estudios de recepción se publican.

<sup>15</sup> El diario analizado fue el *Extra*, eminentemente sensacionalista, que ocupa desde hace años el primer lugar en ejemplares vendidos en el Ecuador, y que casi duplica al segundo diario en ventas.



sus lectores, y a las percepciones, valoraciones y grados de (in)tolerancia de sus no lectores; y cómo, desde la perspectiva de Bourdieu, este diario es una «marca de la infamia» en dos sentidos: uno, el protagonismo cotidiano que da a los sectores populares en sus páginas es desde la picota de una visibilización abyecta que los estigmatiza y delincuentiza; dos, sus lectores son también estigmatizados pues poseer y/o leer el diario es signo, marca infame, ilegítima, deleznable desde la perspectiva de sus no lectores y de los estetas elitistas.

Estas investigaciones de última data son auspiciantes pues empiezan a trabajar las múltiples respuestas a la pregunta derivada del “escalofrío epistemológico” de Martín Barbero: ¿qué ven ellos, los sectores populares, que nosotros, los letrados/educados, no podemos/sabemos ver?; y, conjuntamente con las fermentales iniciativas académicas de la UASB y de la FLACSO en el campo de la investigación, establecen una “ruptura epistemológica” con lo que tradicionalmente se hacía (y se sigue haciendo) en investigación de la comunicación, en general, y en ER, en particular. Ruptura que anuncia la superación de las paradojas y vacíos, un cambio en los mapas mentales, y asume los desafíos de la teoría crítica latinoamericana, iniciada hace cerca de 30 años, que desde hace poco llegó al Ecuador... más vale tarde que nunca.

## Bibliografía:

- CEFOCINE, FUNDACIÓN ESQUEL (2002). *Pandillas, una apuesta por la esperanza. Los aportes de la comunicación y la teoría grupal es un proceso de cambio actitudinal de jóvenes en pandillas de Guayaquil*. Cefocine, Quito.
- CERBINO, Mauro (2002). «Imágenes e imaginarios de la conflictividad juvenil y las organizaciones pandilleras». En: Fernando Carrión (ed.) (2002), *Seguridad ciudadana ¿Espejismo o realidad?*, Flacso, Quito, pp. 399-433.
- (2004). *Pandillas juveniles. Cultura y conflicto de la calle*. Abya Yala, Quito.
- CERBINO, Mauro; CHIRIBOGA, Cinthia; TUTIVÉN, Carlos (2000). *Culturas juveniles. Cuerpo, música, sociabilidad & género*. Abya Yala, CAB, Quito.
- CHECA MONTÚFAR, Fernando (1991). *Acceso y preferencia de medios y mensajes en sectores populares urbanos y rurales del Ecuador*. CIESPAL, Colección Materiales de Trabajo # 10, Quito.
- (1993b). “Medios y sectores populares”. En: CIESPAL, 1993b, pp. 67-81.
- (2003) *El Extra: las marcas de la infamia. Aproximaciones a la prensa sensacionalista*. Quito: CEN, UASB, Abya Yala, Quito.
- CIESPAL (1993a). *Investigación, mensajes, audiencias*. Materiales de trabajo # 11, Quito.
- (1993b). *Medios, comunicación y desarrollo*. Materiales de Trabajo # 12, Quito.
- CÓRDOBA, Marcelo. «Investigación sobre percepción en sectores campesino-indígenas de Cotopaxi». En: CIESPAL (1993a), pp. 57-63.
- CORONADO, Carmita (1993). «La educación de la percepción cinematográfica de los niños», en: Ciespal, 1993a, pp. 65-74.
- (1997). «Deletreando el cine». En: *Chasqui* # 59, septiembre, pp. 55-56.
- GALLEGOS, Karina (2004). “Al estilo de vida metalero: resistencia cultural urbana en Quito”. En: *Íconos* # 18, ENERO, pp. 24-32.
- JARAMILLO, Juan Carlos (2001). *La «Historia de límites» y el aprendizaje del belicismo en los estudiantes de bachillerato en Ecuador*. Santiago de Compostela, Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico de la Universidad de Santiago de Compostela.
- (2002). «El aprendizaje del autoritarismo y del belicismo: un estudio del bachillerato en Ecuador». En: *Ecuador Debate* # 57, diciembre, pp. 231-250.
- LÓPEZ, Anita; VACA, Catalina (1996). «Ecuador 96: el receptor y la cobertura electoral». En *Chasqui* # 56, diciembre, pp. 25-28.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (2002). *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Fondo de Cultura Económica, Bogotá.
- MUELA, Adriana (1993). “La programación televisiva y la dinámica familiar”. En: Ciespal, 1993 a, pp. 111-121.
- OQUENDO, Christian (2002). *Las culturas en diálogo con la TV. Niños y consumo mediático en la ciudad de Quito*, Abya Yala, Quito.
- OROZCO, Guillermo (2001). *Televisión, audiencias y educación*. Grupo Editorial Norma, Bogotá.
- SANTILLÁN, Alfredo, RAMÍREZ, Jacques (2004). “Consumos culturales urbanos: el caso de la tecnocumbia en Quito”. En: *Íconos* # 18, enero, pp. 43-52.
- WONG, Ketty (2004). «La `nacionalización` y `rocolización` del pasillo ecuatoriano». En: *Ecuador Debate* # 63, diciembre, Quito, pp. 269-281.