

Volumen 11, Número 1 / Enero-junio 2018

ISSN: 1856-9536

Doi Revista: <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/v11i1>

Committe on Publication Ethics-Cope (JM12058)

Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social

DISERTACIONES

**Estudios de audiencias y recepción:
audiencias minoritarias y nuevas
mediaciones**

Universidad del Rosario de Colombia

Universidad de los Andes de Venezuela

Universidad Complutense de Madrid de España



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
MADRID



UNIVERSIDAD
DE LOS ANDES
VENEZUELA



Universidad del
Rosario

Editores (Editors in chief)

Carlos Arcila Calderón, Universidad de Salamanca, España

José Luis Piñuel Raigada, Universidad Complutense de Madrid,
España

Leandro Peñaranda, Universidad del Rosario, Colombia

Editores Adjuntos (Assitant Editors)

Eduar Barbosa Caro, Universidad del Rosario, Colombia

Editora invitada

Dra. María T. Soto-Sanfiel, Universitat Autònoma de Barcelona,
España

Editor de reseñas

Francisco Cabezuelo Lorenzo, Universidad Complutense
de Madrid, España

Coordinador editorial

Claudia Luque Molano, Editorial Universidad del Rosario

Corrección de estilo

Laura Rodríguez Mejía

Diagramación

Martha Echeverry

Consejo Editorial (Editorial Board)

1. José Abdelnour Nocera, University of West London, Reino Unido
2. Alberto Ardèvol-Abreu, Universidad de La Laguna, España
3. Daniel Barredo Ibáñez, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador
4. Desiderio Blanco, Universidad de Lima, Perú
5. Francisco Cabezuelo Lorenzo, Universidad San Pablo CEU de Madrid, España
6. María Dolores Cáceres Zapatero, Universidad Complutense de Madrid, España
7. Mabel Calderín Cruz, Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela
8. Carolina Campalans, Universidad del Rosario, Colombia
9. João Canavilhas, Universidade de Beira Interior, Portugal
10. Andrés Cañizález, Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela

11. Anabela Carvalho, Universidade do Minho, Portugal
12. Cosette Castro, Universidad de Brasilia, Brasil
13. Carlos Del Valle Rojas, Universidad de La Frontera, Chile
14. Philippe Dumas, Université de Toulon, Francia
15. Argelia Ferrer, Universidad de los Andes, Venezuela
16. Heidi Figueroa Sarriera, Departamento de Psicología Facultad de Ciencias Sociales Recinto de Río Piedras Universidad de Puerto Rico, Puerto Rico
17. Juan Antonio Gaitán Moya, Universidad Complutense de Madrid, España
18. Gino Gramaccia, Universidad de Bordeaux 1, Francia
19. Carlos Guzmán, Universidad Central de Venezuela, Venezuela
20. Heloiza Herscovitz, California State University – Long Beach, Estados Unidos
21. Juan José Igartúa Perosanz, Universidad de Salamanca, España
22. Gabriel Kaplún, Universidad de la República, Uruguay
23. Margarida Krohling Kunsch, Universidade de São Paulo, Brasil
24. Virginia Linares Rodríguez, Universidad Complutense de Madrid, España
25. David López Jiménez, GITICE. Universidad de Huelva, España
26. José Carlos Lozano, Universidad Internacional de Texas A&M, Estados Unidos
27. Jairo Lugo-Ocando, University of Sheffield, Reino Unido
28. Paolo Mancini, Università degli Studi di Perugia, Italia
29. José Manuel De Pablos, Universidad de La Laguna, España
30. Moisés Martins, Universidad do Minho, Portugal
31. Carlos Muñiz Muriel, Universidad Autónoma de Nuevo León, México
32. Isaac Nahon-Serfaty, University of Ottawa, Canadá
33. Raúl Navarro Fuentes, Universidad Jesuita de Guadalajara, México
34. Fernando Oliveira Paulino, Universidad de Brasilia, Brasil
35. Martín Oller Alonso, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (Ecuador, Suiza)



DISERTACIONES

Estudios de audiencias y recepción: audiencias minoritarias y nuevas mediaciones

ISSN: 1856-9536

Doi de la revista: <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/v11i1>

Volumen 11, Número 1 / Enero-junio 2018

Versión PDF para imprimir desde

<http://revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones>

36. Guillermo Orozco, Universidad de Guadalajara, México
37. Ángel Páez, Universidad del Zulia, Venezuela
38. James Painter, University of Oxford, Reino Unido
39. María Pérez Yglesias, Universidad de Costa Rica, Costa Rica
40. Denis Porto Reno, Universidad Estatal Paulista, Brasil
41. Giuseppe Richeri, Università della Svizzera italiana, Suiza
42. Hernando Rojas, University of Wisconsin Madison, Estados Unidos
43. José A. Ruiz San Román, Universidad Complutense de Madrid, España
44. Fernando Ruiz, Universidad Austral, Argentina
45. Sandra Lucía Ruiz Moreno, Universidad Panamericana, Colombia
46. Hilda María Saladrigas Media, Facultad de Comunicación. Universidad de La Habana, Cuba
47. Pablo Schleifer, Universidad del Comahue, Argentina
48. Philip Schlesinger, University of Glasgow, Reino Unido
49. Gaëtan Tremblay, Universidad de Quebec, Canadá
50. Thomas Tufte, Roskilde University, Dinamarca
51. Raisa Urribarri, Universidad de los Andes, Venezuela
52. Beatrice Vacher, École Nationale Supérieure des Mines d'Albi Carmaux, Francia
53. Sebastián Valenzuela, Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile
54. María Immacolata Vassallo de Lopes, Universidade de São Paulo, Brasil
55. Eduardo Villanueva Mansilla, Pontificia Universidad Católica de Perú, Perú
56. Silvio Waisbord, George Washington University, Estados Unidos
57. Lyudmyla Yezers'ka, Universidad de Piura, Perú

Histórico de editores invitados (Guest editors)

EDITOR VOL. 1, N.º 1

Carlos Arcila Calderón, Universidad de Salamanca, España

EDITORA VOL. 2, N.º 1

Raisa Urribarri, Universidad de los Andes, Venezuela

EDITORA VOL. 2, N.º 2

Claudia Cavallin, Universidad Simón Bolívar, Venezuela

EDITORES VOL. 3, N.º 1

Otto Rosales Cárdenas, Universidad de los Andes (ULA), Venezuela

Fania Castillo, Universidad de Los Andes (ULA), Venezuela

EDITORA VOL. 3, N.º 2

Argelia Ferrer, Universidad de los Andes, Venezuela

EDITORAS VOL. 4, N.º 1

Raquel Álvarez de Flores, CEFI - Universidad de los Andes, Venezuela

Marlene Otero, Universidad de Los Andes, Venezuela

EDITOR VOL. 4, N.º 2

Elías Said, Universidad del Norte, Colombia

EDITORA VOL. 5, N.º 1

Raisa Urribarri, Universidad de los Andes, Venezuela

EDITORES VOL. 5, N.º 2

Virginia Linares Rodríguez, Universidad Complutense de Madrid, España

José A. Ruiz San Román, Universidad Complutense de Madrid, España

EDITOR VOL. 6, N.º 1

José Luis Piñuel Raigada, Universidad Complutense de Madrid, España

EDITORES VOL. 6, N.º 2

Acianela Montes de Oca, Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela

Carlos Arcila Calderón, Universidad Rey Juan Carlos, España

EDITOR VOL. 7, N.º 1

Carlos Muñiz Muriel, Universidad Autónoma de Nuevo León, México

EDITORES VOL. 7, N.º 2

María Dolores Cáceres Zapatero, Universidad Complutense de Madrid, España

Juan Antonio Gaitán Moya, Universidad Complutense de Madrid, España

EDITOR VOL. 8, N.º 1

Daniel Barredo Ibáñez, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador

EDITOR VOL. 8, N.º 2

Andrés Scherman Teitelboim, Universidad Diego Portales, Chile

EDITORA VOL. 9, N.º 1

María Luisa Humanes, Universidad Rey Juan Carlos, España

EDITORES VOL. 9, N.º 2

Manuel Martínez Nicolás, Universidad Rey Juan Carlos, España

Miguel Vicente Mariño, Universidad de Valladolid, España

EDITORA VOL. 10, N.º 1

Eloísa Nos Aldás, Universitat Jaume I/Iudesp-UJI, España

EDITORES VOL. 10, N.º 2

Carlos Lozano Ascencio, Universidad Rey Juan Carlos, España

Márcia Franz Amaral, Universidad Federal de Santa María, Brasil

EDITORA VOL. 11, N.º 1

María T. Soto-Sanfiel, Universitat Autònoma de Barcelona, España



TABLA DE CONTENIDOS

EDITORIAL

Editorial 5
María T. Soto-Sanfiel

ENSAYOS

La múltiple audienciación de las sociedades contemporáneas: desafíos para su investigación 13
Guillermo Orozco Gómez

Más allá de perspectivas miopes en el estudio de las audiencias. Investigaciones etnográficas de audiencias no-occidentales en la era digital: el caso africano 26
Thomas Tufte

El estudio de las minorías como audiencia. El caso de la población migrante 40
Amparo Huertas Bailén

ESTUDIOS

Efecto de la similitud con el protagonista de narraciones contra el racismo en las actitudes hacia la inmigración. El rol mediador de la identificación con el protagonista 56
Juan-José Igartua, Iñigo Guerrero-Martín, Diego Cachón-Ramón, Isabel Rodríguez-de-Dios

Recepción televisiva y memoria oral: la evolución de las comunidades de emigrantes españoles como audiencias televisivas a través de sus testimonios 76
Juan Francisco Gutiérrez Lozano

Homofobia y recepción de personajes lésbicos en narrativas audiovisuales 90
Isabel Villegas-Simón, Ariadna Angulo-Brunet, Kexin Liu

El disfrute de la experiencia audiovisual por personas sordas y con diversidad auditiva: la representación visual de los efectos sonoros 110
Aikaterini Tsaousi

Una propuesta de metodología multidimensional en los estudios de audiencia y recepción 127
Jesús Bermejo-Berros

El efecto del aroma en la intención de compra de un paquete vacacional 150
Laura Pilar Cuatrecasas Clemente

AVANCES

Ni aquí ni allá: Nociones de hogar y sentido de pertenencia en el contexto de la migración 169
Ricardo Gómez

RESEÑA

Editing and Montage in International Film and Video: Theory and Technique 195
Joan Marimón Pedrosa

NORMAS

Normas para autores/as 197



EDITORIAL

El número especial sobre *Estudios de audiencias y recepción: audiencias minoritarias y nuevas mediaciones* que tiene frente a sí, se convocó con el propósito de servir de ventana a los trabajos empíricos que, producidos en lengua castellana, asumiesen el reto de avanzar en la comprensión de las características del uso y consumo de las actuales ofertas comunicativas. En la llamada a la participación, abierta e internacional, insistíamos en nuestro interés por que el número acogiese estudios que abundaran en la explicación de los procesos psicológicos o de comportamiento relacionados con las muy variadas formas de los mensajes audiovisuales diseminados actualmente por diversas redes de comunicación. Deseábamos reunir un conjunto de investigaciones empíricas que informasen tanto sobre aspectos novedosos de los fenómenos que tradicionalmente han preocupado a los investigadores de la comunicación, como que presentasen problemas, planteamientos teóricos o métodos particularmente originales, singulares e, incluso, atrevidos.

Con la producción del número especial, celebrábamos la oportunidad que teníamos los investigadores del área de reflexionar conjuntamente sobre asuntos tan urgentes como los procesos y efectos (afectivos, cognitivos o de comportamiento) de la comunicación producida en los actuales entornos tecnológicamente híbridos que requieren la interacción entre espacios físicos y virtuales. De hecho, nos animaba reconocer el reto de pensar juntos sobre las consecuencias de la recepción de mensajes audiovisuales en escenarios individuales, grupales o sociales. Por ello, invitábamos a los miembros de la comunidad a que nos presentasen las investigaciones que estuviesen enfrentando el estudio de representaciones mediáticas propias y ajenas, de entornos culturalmente próximos, distantes o de marcos temporales diversos (presente y pasado).

Más de año y medio después de la publicación de dicha convocatoria, tenemos el gusto de presentarles un número formado, como es habitual en la revista, por una primera sección que contiene tres ensayos invitados y una segunda sección de artículos de investigación, en la que se incluyen seis contribuciones que superaron un proceso de evaluación por pares ciego, posible por la colaboración de colegas investigadores hispanohablantes de Europa y América especialistas en los ámbitos de los artículos. Antes de introducir más en detalle los contenidos, queremos agradecer desde el equipo editorial de este número la receptividad que la comunidad de investigadores de las audiencias y su recepción han tenido para con él. Agradecemos especialmente la respuesta entusiasta de quienes enviaron propuestas de participación y la disponibilidad e implicación de quienes colaboraron en las variadas fases del proceso de escritura, evaluación, selección y revisión de artículos. Asimismo, agradecemos la cálida acogida y el compromiso de los autores que fueron nominalmente invitados a participar en la sección de



ensayos. Agradezco a la revista la confianza al invitarme a participar como editora de este número y la posibilidad de permitirme trabajar con unos autores, revisores y miembros del equipo editorial entusiastas y comprometidos con los temas de la investigación en comunicación que ocupan nuestra atención. El resultado de nuestro trabajo es el que les presentamos aquí.

El número comienza, como se ha avanzado, con los tres ensayos rubricados por Guillermo Orozco Gómez, Thomas Tufte y Amparo Huertas Bailén que tienen en común la identificación de nuevos problemas y aproximaciones para el estudio de las audiencias. De las reflexiones de Orozco Gómez sobre la mediatización de la vida cotidiana que convierte a los ciudadanos en audiencias permanentes, viajamos hacia las ideas de Tufte, que nos advierten de los riesgos de miopía disciplinar y nos aconsejan considerar texto al contexto en que se realizan los usos y consumos comunicativos (*provincializarlos*, en palabras del autor). El investigador ejemplifica su propuesta con una investigación realizada en África, lo que se convierte en el camino ideal para comprender la defensa que Huertas Bailén realiza sobre la necesidad de estudiar las audiencias minoritarias, en particular los migrantes, quienes no suelen ser protagonistas del interés de los medios o los estudios de comunicación. Los tres textos son enormemente sugerentes y generosos porque ofrecen ideas sobre nuevos problemas y aproximaciones para que sean transitados por próximas investigaciones del área.

La propuesta de Huertas Bailén es la antesala a los reportes de investigación que se incluyen seguido e introduce inmejorablemente un proyecto que tiene una sensibilidad semejante a la de esta autora. De hecho, el primer artículo del número, firmado por Igartua y sus colegas, centra su atención en los inmigrantes para identificar los mecanismos narrativos que contribuirían a disminuir el prejuicio que padecen. El volumen continúa con un texto que, también, reivindica a otra audiencia periférica como objeto de estudio, siguiendo la estela de los dos trabajos inmediatamente precedentes. Gutiérrez Lozano presenta una investigación sobre los usos y consumos de los emigrantes españoles de los años setenta en distintas regiones del mundo. Es un estudio que pone el acento en unas audiencias muy particulares, caracterizadas por consumir televisión española en contextos culturales ajenos y estar afectados por variables muy distintas a las de las audiencias localizadas dentro del territorio español. Además, viaja con ellos en el tiempo, para recuperar sus memorias de uso de la televisión.

El artículo, en consecuencia, es ejemplo de una investigación que considera la variabilidad intercultural y las dimensiones espacio-temporales como objeto de estudio ya desde su propio planteamiento. Siguiendo con el propósito de darle voces a los grupos marginados o estigmatizados, el próximo estudio, firmado por Villegas-Simón y sus colegas, se dedica a comprender cómo el disfrute de narrativas que representan a comunidades de lesbianas pueden contribuir a reducir la homofobia, para lo que las investigadoras, además, consideran relevante la orientación sexual de las audiencias y de los personajes de las narrativas. Precisamente, una de las virtudes del estudio es que no solo explora las respuestas de audiencias con orientaciones sexuales minoritarias, sino la representación audiovisual de personas con sexualidades no normativas y su impacto sobre audiencias de sexualidades *mainstream*.

El artículo que se incluye a continuación, de Tsaousi, se preocupa, asimismo, por otra audiencia frecuentemente desatendida por los medios e investigaciones de la comunicación: las que tienen impedimentos perceptivos para el acceso a los mensajes sonoros, las personas sordas o que tienen dificultades de audición. El estudio busca adelantar en el reconocimiento de la eficacia de los mecanismos de representación de los efectos sonoros en la



recepción de estas personas. Los dos últimos artículos del número también marchan en la línea de comprender respuestas perceptivas. Ambas, además, ayudan a cerrar el ciclo de reflexiones iniciado por los ensayos de Orozco, Tufte y Huertas Bailén. Mediante su propuesta, Bermejo Berros propone un ataque multidimensional que inspirará, sin duda, otros trabajos transversales y que incluye mediciones fisiológicas, psicológicas y de comportamiento al estudio de las respuestas de los receptores. Bermejo Berros lo hace en el contexto específico de los videojuegos que requieren, además, interacción constante y comunicación mediada por pantalla, con lo que enfrenta el reto de observar el impacto de la comunicación interactiva. Finalmente, Cuatrecasas nos muestra su preocupación investigadora por el efecto de la percepción olfativa en las reacciones de los receptores en campañas de máquetin, con lo que llama la atención sobre el posible efecto del contexto físico de recepción en los comportamientos de los usuarios, lo que, en palabras de Tufte, sería avanzar en el estudio del contexto como texto.

Llegados a este punto, es preciso destacar la variedad metodológica que contiene el número y su sintonía con las técnicas o procedimientos de recolección y análisis de datos más valorados actualmente por la comunidad de investigadores de audiencias y recepción. Cabe reseñar que, además de ofrecer muestras de estudios cualitativos y cuantitativos, el número también incluye muestras de análisis multivariantes que utilizan procedimientos inferenciales de análisis estadísticos avanzados y que aportan robustez a las conclusiones a las que llegan, o modelos complejos de análisis multivariantes, cualitativos y cuantitativos. En los próximos párrafos presentaremos cada una de las contribuciones de los estudios a modo de abre boca. Creemos que los datos que, sobre las contribuciones aportamos en cada caso, ayudarán a que el número y sus piezas individuales cobren, sin duda, fuerza y vigor.

Sobre los ensayos y sus autores

Guillermo Orozco Gómez, profesor titular del Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara, Miembro de la Academia Mexicana de Ciencias y Coordinador Internacional de OBITEL: Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva, nos hace llegar un ensayo titulado *La múltiple audienciación de las sociedades españolas: desafíos para su investigación*. El Dr. Orozco es experto en comunicación e investigación para el cambio social y sus trabajos se centran en la televisión, las ficciones y las audiencias. La reflexión que presenta gira en torno a los conceptos de *audienciación, mediatización, narrativas transmedias y ciudadanía*.

En su ensayo, Orozco discute algunas de sus ideas más recientes sobre el papel de la interacción mediada en la vida y comprensión de la realidad de las sociedades contemporáneas. A juicio de Orozco, por la constante y creciente mediatización, los sujetos sociales actuales *son audiencias y actúan permanente como tales*. Según él, de hecho, lo que mejor define a los ciudadanos actuales es que su modo de interacción con el mundo está constantemente mediado por representaciones audiovisuales porque siempre están en relación con pantallas durante su vigilia. En consecuencia, cree que, para alcanzar un entendimiento de la realidad, se necesita tomar en cuenta las formas de las representaciones mediáticas que asumen las audiencias, las formas en que las audiencias son representadas en las narrativas, incluyendo las propias, y las formas en que las audiencias son interpeladas desde las pantallas. Orozco, luego, asume que el epicentro de toda la actividad cotidiana de los pobladores del mundo son las pantallas. Asimismo, defiende que la disponibilidad de narrativas transmedia desafía a las audiencias a asumirse plenamente como interlocutoras de la producción mediática, lo que hasta ahora nunca había sido posible por la incapacidad técnica de producir, distribuir o



intervenir contenidos propios y ajenos. Estas ideas, influidas por los estudios culturales, de las mediaciones, el estudio de las ficciones televisivas y sus experiencias propias, llevan a Orozco a defender que es en la *audienciación* y su contraparte, la *mediatización*, donde actualmente se asume el rol de ciudadanía, porque son los espacios donde los seres humanos se interpelan y reinventan. Así, para Orozco, la investigación requiere seguir preguntándose por los vínculos reales y posibles de las audiencias con los medios y contenidos que llevan el germen de la transformación de las relaciones sociales y la ciudadanía. Después de revisar el concepto de audiencias en los estudios de comunicación y las características de las narrativas transmedia, Orozco generosamente ofrece preguntas y temas que necesitan respuestas por parte de los estudios de audiencia.

El segundo ensayo invitado es el de Thomas Tufte, quien actualmente es profesor de la cátedra de Medios y Comunicación de la *University of Leicester*, cofundador y codirector del centro de investigación binacional *Orecomm – Centre for Communication and Glocal Change*. El Dr. Tufte también es investigador asociado a la *University of Johannesburg* y ha sido responsable de la Cátedra Unesco de Comunicación en la *Universitat Autònoma de Barcelona*. Sus intereses de investigación han estado vinculados a la comunicación para el cambio social, la participación ciudadana, los movimientos sociales y comunicación y salud. Tufte nos presenta un ensayo titulado *Mas allá de perspectivas miopes en el estudio de las audiencias. Investigaciones etnográficas de audiencias no-occidentales en la era digital: el caso africano*.

En el ensayo, el autor reflexiona sobre el desafío que supone, para la investigación de audiencias contemporánea, superar lo que denomina *miopía disciplinar*, caracterizada por interpretaciones angloamericanas a las que se les atribuye carácter universal, horizontes analíticos estrechos delimitados a emplazamientos urbanos y poca sensibilidad a los procesos sociales continuos. En respuesta a esta demanda, Tufte introduce y discute los estudios de audiencia africanos con la voluntad de ofrecer ideas a los investigadores internacionales de las audiencias, a partir de presentar la vitalidad, diversidad cultural y amplitud analítica de este campo de estudios. Un aspecto clave del ensayo, al que su autor dedica especial atención, es la reivindicación del contexto del consumo mediático como objeto de análisis imbuido dentro del texto. Esta propuesta, poderosa, creemos que será influyente en los próximos estudios del campo.

El tercer ensayo viene de la mano de Amparo Huertas Bailén, profesora del *Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat* de la *Universitat Autònoma de Barcelona* y directora del *Institut de la Comunicació*, quien nos ofrece un ensayo titulado *El estudio de las minorías como audiencia. El caso de la población migrante*. La Dra. Huertas Bailén es experta en el estudio de las audiencias. En los años más recientes, ha dirigido su interés investigador hacia el papel del consumo cultural en los procesos de adaptación de las poblaciones migrantes. Su ensayo identifica una ausencia de estudios académicos de las minorías como audiencias, al tiempo que propone un conjunto de bases teórico-metodológicas para abordar este nicho de investigación.

Huertas Bailén defiende que el aumento de los movimientos migratorios y la evolución socio-técnica-cultural empujan a estudiar los grupos migrantes desde posturas alejadas del pensamiento colonialista, como las transnacionales o de género. El propósito fundamental del ensayo es, pues, ofrecer esos conceptos esenciales vinculados a los estudios culturales y allanar el camino para el estudio de las minorías no ya como públicos, sino como audiencias en tiempos de globalización. Huertas Bailén define a las minorías como una categoría social y demográfica reciente que hace referencia a grupos oprimidos, sin voz propia y sujetos a decisiones que otros toman por



ellos (sin agencia), lo que les lleva a vivir experiencias traumáticas. Comunicativamente, para la autora, la característica esencial de las minorías es que no tienen canales para autoreferenciarse. El estudio académico de estas audiencias es, para la investigadora, una manera de visualizarlas y, consecuentemente, empoderarlas. Su interés personal en el tema es comprobar, finalmente, si estas minorías pueden ensombrecer el discurso dominante o únicamente hacer que circule su mirada alternativa. Para finalizar, Huertas Bailén reivindica la necesidad de revisar críticamente el *mediacentrismo* que padece el estudio de audiencias, porque, a su juicio, la desigualdad y estigmatización sociales que sufren las minorías son procesos que van más allá de la comunicación y que están en relación con valores tradicionales conservadores. El asunto, a juicio de la autora, trastoca los cimientos de las teorías actuales de la comunicación, lo que dificulta asumir estas perspectivas.

Sobre los artículos de investigación

Los investigadores de la Universidad de Salamanca, Juan-José Igartua, Iñigo Guerrero-Martín, Diego Cachón-Ramón e Isabel Rodríguez-de-Dios, nos presentan un trabajo titulado *Efecto de la similitud con el protagonista de narraciones contra el racismo en las actitudes hacia la inmigración. El rol mediador de la identificación con el protagonista*. El estudio, enraizado en las teorías de persuasión narrativa y del entretenimiento como respuesta, tiene por objetivo último determinar el efecto de factores concretos de la caracterización de los personajes de las ficciones y de los mensajes narrativos en los procesos de recepción. También, de forma transversal, la investigación pretende arrojar información que nutra la creación de mensajes audiovisuales útiles para el fomento de sociedades más tolerantes a la diversidad y que promuevan el cambio social.

El estudio adopta una metodología experimental de diseño clásico (siempre estéticamente bello por su simplicidad) y aplica un análisis de la mediación a los datos obtenidos en pruebas de laboratorio. Debe considerarse que el razonamiento mediacional es una aproximación analítica muy defendida y promovida recientemente por la comunidad internacional de referencia en la Psicología de los Medios. Un análisis de la mediación permite al Dr. Igartua y sus colegas observar los efectos directos, indirectos y totales de la similitud de los receptores con el protagonista de una narración sobre sus actitudes hacia la inmigración y su intención de conducta. Aparte de sus contribuciones teóricas y de aplicación para la reducción de prejuicios en poblaciones socialmente estigmatizadas, el estudio hace una muestra muy didáctica de la aplicación exitosa de esta aproximación analítica.

Juan Francisco Gutiérrez Lozano, de la Universidad de Málaga, nos presenta *Recepción televisiva y memoria oral: la evolución de las comunidades de emigrantes españoles como audiencias televisivas a través de sus testimonios*. Su texto ofrece resultados de una investigación que observa la memoria televisiva y los hábitos de recepción de televisión de las comunidades de españoles emigrados hacia distintos países europeos y Australia en las décadas de los años sesenta y setenta del siglo pasado. Parte del reconocimiento de que las prácticas de recepción de la televisión de estos emigrantes en sus países de destino son altamente complejas y se ven afectadas por variabilidades diversas. Desde aquí, plantea la aplicación de una metodología cualitativa con grupos focales en busca de trazar las líneas fundamentales tanto de la evolución de estas audiencias, como de las memorias televisivas que atesoran y les permiten construir sus experiencias cotidianas. El texto abunda en las dificultades metodológicas



y teóricas que entraña abordar científicamente un objeto de estudio semejante, que es distante en el espacio y el tiempo y que requiere, además, de contextualización en varios planos temporales.

Ahora bien, al desentrañar abiertamente las constricciones y limitaciones para abordar al objeto de estudio, junto a las soluciones adoptadas, el Dr. Gutiérrez Lozano hace pedagogía tanto del diseño metodológico cualitativo, como del tratamiento cualitativo de datos obtenidos en entrevistas grupales. En consecuencia, el artículo contribuye no solo a despertar el interés sobre otras audiencias minoritarias, también migrantes, sino a formalizar modos de estudiar las lejanías de espacio y tiempo, en la comprensión teórica del papel de los medios de comunicación en la vida de los ciudadanos de las sociedades actuales.

Las investigadoras Isabel Villegas-Simón, Ariadna Angulo-Brunet y Kexin Liu, todas candidatas doctorales de la *Universitat Autònoma de Barcelona*, nos presentan un trabajo titulado *Homofobia y recepción de personajes lésbicos en narrativas audiovisuales*. Las investigadoras descansan en teorías tanto del entretenimiento mediático y de la persuasión narrativa, como de prejuicios basados en la orientación sexual, para observar en qué medida la homofobia se relaciona con la identificación con los personajes de lesbianas y el disfrute de narrativas que tienen a lesbianas como protagonistas. Mediante la aplicación del método experimental, Villegas-Simón y sus colegas obtienen datos que, para comenzar, les permiten ofrecer una primera contribución del artículo que es la obtención de pruebas de validez para su propuesta de traducción de una escala de homofobia hacia lesbianas en el contexto español y para adultos. Luego, avanzan en lo que podríamos considerar su aportación esencial: el establecimiento de la relación entre las distintas dimensiones que definen a la homofobia, el disfrute de estas narrativas y la orientación sexual o el género del receptor.

El estudio de las investigadoras es oportuno científicamente por la necesidad teórica de comprender el amplio rango de actitudes que genera la creciente disponibilidad de personajes de sexualidades no-normativas en las pantallas occidentales. También, porque con su análisis aclara el papel de la orientación sexual de las audiencias en el impacto de los mensajes audiovisuales, un terreno poco explorado hasta la actualidad. No obstante, la investigación también es oportuna por sus posibles repercusiones en la creación y difusión de narrativas audiovisuales que pudieran ayudar a la normalización de la diversidad sexual en nuestras sociedades.

Por su parte, Aikaterini Tsaousi, de la *Universitat Autònoma de Barcelona*, nos presenta un artículo titulado *El disfrute de la experiencia audiovisual por personas sordas y con diversidad auditiva: La representación visual de los efectos sonoros*. El texto reporta los resultados de una investigación que tenía como propósito esencial avanzar en la comprensión de la experiencia narrativa de los receptores que usan subtítulos diseñados para personas sordas o con dificultades de audición en el consumo de productos audiovisuales. El estudio, de carácter interdisciplinar, transita por teorías de la traducción e interpretación, de la accesibilidad mediática, de la representación audiovisual y del entretenimiento como respuesta psicológica para formular sus supuestos y, con ello, ofrece una combinación muy original y sugerente para las disciplinas envueltas. Posteriormente, la autora aplica el método experimental y pruebas cuantitativas inferenciales al análisis de los datos extraídos de las pruebas de recepción. Destaca como contribución particular del estudio de Tsaousi, además de los resultados del contraste de hipótesis, la validación, mediante sucesivos análisis factoriales, exploratorios y confirmatorios, de una escala de implicación narrativa (*narrative engagement*) en español y para la población estudiada realizada por el estudio.



En su conjunto, sin embargo, el artículo ofrece información relevante para conocer el impacto que, en el disfrute de las audiencias con impedimentos auditivos de distinto nivel, ocasiona la representación verbal (subtítulos) o no verbal (íconos) de los efectos sonoros dentro de una narrativa. En consecuencia, el estudio de Tsaousi ofrece resultados no solo necesarios para la teoría, sino de utilidad práctica en el campo de la traducción audiovisual y la accesibilidad mediática de otras audiencias también minoritarias: aquellas con impedimentos de recepción sonora.

Jesús Bermejo Berros, de la Universidad de Valladolid, nos presenta el artículo titulado *Una propuesta de metodología multidimensional en los estudios de audiencia y recepción*. En este texto, el Dr. Bermejo Berros ofrece una revisión amplia de las semejanzas y diferencias de los objetos de estudio y metodologías de los estudios de audiencia y recepción que es útil y oportuna para conocer los fundamentos de los campos a los que dedicamos este número. La introducción del texto de Bermejo Berros, no obstante, cumple también otra finalidad: además de caracterizar generalmente a las investigaciones de audiencias y recepción, el autor se sirve de ella para diagnosticar vetas de futura exploración, lo que acomete inmediatamente después. Así, Bermejo Berros identifica la necesidad de implementar aproximaciones metodológicas multidimensionales a los estudios de recepción. Consecuentemente, propone un modo de acometer estas aproximaciones con el ejemplo de un estudio sobre *advertainment* en videojuegos, que ha sido desarrollado en el seno del grupo de trabajo que dirige (Lipsimedia: laboratorio de Publicidad y Psicología de los medios). El estudio toma en consideración la respuesta interactiva y participativa del receptor junto a componentes de respuesta multidimensional con variables cognitivas, afectivas, psicofisiológicas y comportamentales. Con la presentación de este estudio, Bermejo Berros ilustra una manera compleja de estudiar experimentalmente eventos de entretenimiento que considera, tanto variables de proceso, como de efectos, lo que es posible hoy día gracias al avance tecnológico de los métodos y técnicas de recolección de datos.

Llegamos al último de los estudios del número, que se encuadra en los estudios de recepción vinculados al marketing experiencial. Pilar Cuatrecasas nos presenta los resultados de una investigación experimental aplicada desarrollada como trabajo de fin del grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la *Universitat Autònoma de Barcelona*. Se trata de un estudio titulado *El efecto del aroma en la intención de compra de un paquete vacacional*. La investigación de Cuatrecasas es una respuesta a las demandas más recientes de la industria del máquetin, que requiere un conocimiento más profundo de los consumidores para ofrecerles experiencias eficaces que induzcan respuestas conductuales. En su introducción, Cuatrecasas nos ofrece un repaso por las investigaciones académicas de referencia en los campos del máquetin experiencial y del sensorial (incluido dentro del primero), para posteriormente adentrarse en los terrenos más específicos de los estudios que vinculan al olfato con los comportamientos de compra. Esta información, para comenzar, caracteriza la viveza y diversidad de las investigaciones de audiencias y recepción. Antes de describir el estudio experimental, de diseño clásico y simplicidad enternecedora, la autora revisa las contribuciones más relevantes del máquetin sensorial aplicado al turismo. Los resultados contradicen, para la muestra, las evidencias precedentes, y necesitan ser replicados por futuros estudios considerando elementos de control, lo que inicia el debate sobre el tema.

La inclusión del texto de Cuatrecasas en este número, en palabras de Thomas Tufte, debe comprenderse, asimismo, en contexto. Primero, como contribución que estrecha la relación industria-universidad porque ofrece respuestas que alimentan tanto al conocimiento científico como la resolución de problemas de mercado. Después, como contribución inicial de una recién graduada profesional que, con un método experimental y un reporte de



naturaleza científica, pretende avanzar ausencias de conocimiento. Además de que promueve el debate sobre sus resultados, todo lo anterior lo convierte en un ejemplo notable.

No detendremos más a los lectores en su acercamiento a cada uno de los sugerentes artículos de este número. Estamos convencidos de que estas aportaciones se convertirán no solo en referencia de los objetos de estudio que abordan, sino que inspirarán futuras investigaciones y aproximaciones en sus campos de influencia. También esperamos y confiamos que, de aquí a pocos años, nos reencontremos, autores, lectores y editores para reflexionar sobre su impacto y trascendencia. Mientras tanto, sin embargo, animamos a sus lectores a que nos escriban y nos compartan sus impresiones. Será muy enriquecedor para todos.

Dra. María T. Soto-Sanfiel

Editora invitada – Disertaciones 11(1)

Profesora titular

Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat

Universitat Autònoma de Barcelona

E-mail: MaríaTeresa.Soto@uab.es