



Este apartado forma parte del libro:

***Los estudios de audiencias  
Una narrativa a partir de América Latina***

*María Rebeca Padilla de la Torre  
(Coordinadora general)*

*David González Hernández*

*Yamila Heram*

*Beatriz Inzunza Acedo  
(Cocoordinadores)*



editorial.uaa.mx



libros.uaa.mx



revistas.uaa.mx



libreriavirtual.uaa.mx

**Número de edición:** Primera edición electrónica

**Editorial(es):**

- Universidad Autónoma de Aguascalientes

**País:** México

**Año:** 2026

**Páginas:** 592 pp.

**Formato:** PDF

**ISBN:** 978-968-9752-11-0

**DOI:**

<https://doi.org/10.33064/UAA/978-968-9752-11-0>

**Licencia CC:**



**Disponible en:**

<https://libros.uaa.mx/uaa/catalog/book/376>

# Introducción

Este libro asume la desafiante tarea de dar cuenta y analizar los profundos y diversos cambios que, de manera sostenida, han transformado a las audiencias en el contexto de la irrupción de las tecnologías digitales. Estos procesos de cambio han complejizado su abordaje al punto de poner en entredicho su pertinencia como objeto de estudio. No obstante, más allá de las discusiones académicas, el acceso, la interacción y la participación en la creación de contenidos y narrativas mediáticas –distribuidos a través de múltiples formatos y plataformas– constituyen prácticas cada vez más arraigadas en la experiencia humana contemporánea. Por ello, esta línea de investigación ha

trascendido el ámbito de la comunicación y de los propios estudios de audiencias para captar el interés de otras disciplinas.

Esta obra contribuye a esta problematización desde una perspectiva latinoamericana, con especial énfasis en recopilar y examinar las formas en que dicho estudio ha sido planteado, debatido y reformulado en el marco de un tránsito comunicacional complejo: de los medios masivos a los entornos digitales, caracterizado por su naturaleza híbrida, diversa y profundamente desigual. En particular, el libro ofrece claves valiosas para construir una agenda futura de investigación sobre las audiencias a partir de una pluralidad de enfoques teóricos y metodológicos presentados por autoras y autores de distintas generaciones, trayectorias académicas y procedencias geográficas, lo que enriquece notablemente su propuesta.

A través de esta obra se ha conformado la Red Latinoamericana de Estudios de Audiencias y Recepción (RELATA), una red abierta a investigadoras e investigadores de Latinoamérica para aprovechar trayectorias, experiencias y recursos con el propósito de ampliar el alcance del trabajo académico individual. Su objetivo es proporcionar un espacio para la crítica, colaboración y producción académica sobre los estudios de audiencias –ahora también usuarios–, con el fin de producir conocimiento y promover la realización de investigación relevante en el contexto de los problemas y desafíos de Latinoamérica. Los trabajos que en este libro se presentan son evidencia de que el cambio de época que ha traído la tecnología digital y la inteligencia artificial no ha vuelto a las audiencias un objeto de estudio extinto, pero sí es necesario actualizarlo mediante nuevas reflexiones, discusiones y producción de conocimiento.

## **La historia del libro**

Este libro es producto de un trabajo colaborativo sostenido por más de dos años. Esto resulta muy meritorio dadas las condiciones en las cuales se ha realizado. La mayoría de las y los colegas compartimos vivir en países de América Latina con políticas públicas hacia la ciencia que no promueven la producción científica en comunidad, por el contrario, se continúa privilegiando la evaluación individual y se advierten actitudes de comparación y competencia entre pares. Existe escaso financiamiento para la investigación y para proyectos sin una aplicación inmediata que piensen en común un objeto de estudio; y

además, en general, en esta región hay poca producción de teoría. Asimismo, se coincide que actualmente se vive una saturación de tareas en el trabajo académico cotidiano y, por ello, se requiere un esfuerzo para participar en iniciativas de esta naturaleza.

En septiembre del 2022 fue una alegría volver a reunirnos de manera presencial en la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC). Durante el desarrollo de las sesiones del grupo de investigación de estudios de recepción se coincidió en compartir preguntas sobre las audiencias como objeto de estudio, sus claras transformaciones, las maneras en las cuales se ha diluido y diversificado el cómo nombrarlas dadas las crecientes prácticas digitales y a la vez cómo el estudio de las audiencias se realiza desde otras perspectivas de los estudios de comunicación. Estos cuestionamientos también se dieron en el espacio de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC).

A raíz de esto nos reunimos un grupo a conversar con Guillermo Orozco Gómez, uno de los latinoamericanos más reconocidos en este campo, y con Ranjana Das, fundadora del Consortium on Emerging Directions in Audience Research (CEDAR), para ampliar nuestra visión. En estos diálogos, y con otras y otros colegas, se fue gestando la idea de realizar una convocatoria para sistematizar estas reflexiones a través de la producción de un libro. Algunos comentarios que impulsaron y reforzaron esta iniciativa fue la constatación, por parte de quienes se han interesado en el estudio de las audiencias, de la ausencia de publicaciones que reunieran, desde distintas perspectivas, orientaciones o marcos teóricos interpretativos actualizados ante los desafíos contemporáneos que enfrenta este objeto de estudio. Asimismo, se advirtió la carencia de obras que reúnan de manera sistemática los aportes producidos desde nuestra región del mundo, lo cual evidenció la necesidad de construir un compendio que visibilice y articule dichas contribuciones.

La convocatoria del libro se difundió de diciembre de 2023 a febrero de 2024. La propuesta consistió en invitar a contestar las siguientes preguntas: ¿cómo definir teórica y conceptualmente a las audiencias en la era digital? ¿Cómo sistematizar la experiencia en América Latina de la investigación empírica para generar teoría sobre las audiencias? ¿Cómo conceptualizar el desdoblamiento que han tenido a partir del surgimiento de diversos soportes mediáticos y sus prácticas? ¿Cómo se han estudiado las audiencias? ¿Desde qué perspectivas u otros campos se estudia la diversidad de sus prácticas? ¿Cuáles son los perfiles

de audiencia que deben ser estudiados y qué enfoques metodológicos son necesarios para captar sus matices y diversidad?

A partir de la convocatoria se recibieron 42 propuestas, las cuales fueron revisadas para integrar una preselección y se discutieron en el primer seminario de RELATA, que se llevó a cabo los días 3, 7, 10 y 14 de junio de 2024. Estos trabajos se compartieron con las y los autores para ser retroalimentados entre sí antes de enviarse a dictaminación y finalmente quedar 23 capítulos escritos por 48 autoras y autores procedentes de ocho países iberoamericanos.

Una vez corregidos se han organizado en cuatro grandes temáticas que constituyen las partes de este libro: actualizaciones teóricas y conceptuales sobre las audiencias; historia, tendencias y metodologías en los estudios de audiencias; perspectivas para el estudio de las audiencias y perfiles de audiencias.

## Primera parte. Actualizaciones teóricas y conceptuales sobre las audiencias

Esta primera parte del libro integra cuatro capítulos que coinciden en la difícil tarea de problematizar, actualizar y definir a las audiencias contemporáneas. A través de ellos se explica cómo la tecnología digital ha reconfigurado y desdoblado sus prácticas cada vez más. En el primer trabajo de Padilla, González y Heram se describe esta problematización, analizando la dificultad de reconocer el ejercicio de poder y a la vez la agencia, diversidad y desigualdad entre las audiencias, con el fin de ofrecer un repertorio de los principales recursos conceptuales que se han empleado en América Latina para estudiar a las audiencias. Este texto cierra con la propuesta de un modelo que sintetiza los elementos que deben precisarse para la definición de una audiencia en particular como objeto de estudio.

Asimismo, en el siguiente capítulo Atarama-Rojas, González-Neira y Quintas-Froufe presentan un análisis de los cambios sustanciales de las audiencias, y con fundamento en ello argumentan y definen a la audiencia social como un concepto y categoría clave para abrir una nueva agenda de estudio. Estos autores describen cómo el actual entorno digital ha ampliado la agencia de las audiencias, más allá de sólo entrar en relación con un contenido e interpretarlo, para además interactuar, participar y producir, a su vez, contenidos. Subrayan que la audiencia social en el contexto de América Latina es relevante porque se generan comunidades a través de contenidos que cobran sentidos

de pertenencia, apoyo y seguridad para ellas. Estas diversas audiencias sociales frecuentemente comparten y logran visibilizar realidades y problemáticas que merecen la atención y discusión pública.

Como en los anteriores capítulos, Focás y Mitchelstein indagan en la dificultad de definir ontológicamente y caracterizar a las audiencias, dada la gran variedad de prácticas que realizan y cómo esto ha generado el interés de varias disciplinas. El capítulo aporta una síntesis de las principales corrientes de estudio de las audiencias que se han empleado en América Latina y propone un marco que contemple lo afectivo y emocional como una dimensión clave para el estudio de estas prácticas que, en el actual entorno mediático, están cada vez más atravesadas por lo digital y en consecuencia se vuelven más complejas.

El capítulo de Cobos cierra con una perspectiva muy clara sobre cómo lo digital y las redes sociales digitales han cambiado la posibilidad de distinguir a las audiencias que corresponden a personas de los *social bots*. Este capítulo resulta ilustrativo porque describe, desde la perspectiva de las ciencias de la computación y el estudio de lo digital, el surgimiento de las redes sociales digitales y cómo desde ellas se han integrado las nociones de usuario, *prosumer* e *influencer* y otros elementos a los estudios de las audiencias. De manera importante, fundamenta una advertencia conceptual y metodológica para la investigación de las audiencias, así como para otras disciplinas sobre la presencia de los *bots*, que han sido diseñados para realizar prácticas automatizadas, con autonomía parcial o total, en las redes sociales digitales y que influyen en los datos que se recopilan, principalmente cuantitativos. Este trabajo agrega de manera pertinente otra dimensión a la problematización del estudio de las audiencias.

No obstante, el aporte de esta parte del libro no se queda meramente en explicar las dificultades para el estudio de las audiencias, sino que además proporciona orientaciones sólidas para su estudio.

## Historia, tendencias y metodologías en los estudios de audiencias

En esta parte del libro se narra la historia y reconstrucción del campo comunicacional latinoamericano, en donde existe un consenso que ubica sus inicios en las décadas de 1960-1970, es decir, la etapa de “autonomización” en términos de Fuentes Navarro (1992). Nuestro campo es relativamente joven en comparación con otras áreas de las ciencias sociales, aunque ya ha transitado

a su etapa de madurez, de allí que esta sección se propuso dar cuenta desde una mirada actual, pero también histórica, de los cambios y tendencias en los estudios de las audiencias y reflexionar sobre las metodologías.

Es cierto que en la etapa inicial de los estudios en comunicación la temática de las audiencias y los estudios en recepción ocuparon un interés marginal, aunque sostenido, sobre la pregunta por los efectos de los medios que surgía como cierre, propuesta o clausura de algunas investigaciones que realizaban análisis de tipo ideológico. A partir de la década de los ochenta la problemática de la recepción y las audiencias se consolidó en el marco de una serie de desplazamientos teóricos y metodológicos sobre qué y cómo investigar en comunicación. Desde ese entonces a la actualidad, con sus matices, cambios, tensiones, tendencias y contratendencias, los estudios sobre las audiencias se afianzaron tanto como se diversificaron.

En este apartado confluyen trabajos que tienen en común la prioridad por sistematizar a partir de variables más o menos específicas, tendencias en los estudios sobre las audiencias, algunos desde una reconstrucción histórica, otros con foco en alguna temática en especial. Como síntoma de época y cuestión a reflexionar cabe la pregunta por la metodología, aunque sólo un capítulo se ocupa de sistematizar una propuesta metodológica para acercarnos a los estudios de las audiencias. Esta ausencia se debe quizá a la dispersión metodológica que los propios capítulos de la sección desarrollan. Así, esta parte del libro está integrada por un total de seis capítulos escritos por Car y Sánchez Narvarte; Peirano, Peters, Antezana, Navarrete y Valdovinos; Heram, Padilla y Sivina; Rodríguez, Alfaro y Ramos; Morales y Kanyat.

A partir de la lectura de estos capítulos, la pregunta que se puede hacer es si hay un enfoque principalmente en la descripción de las prácticas de los sujetos, dejando en segundo lugar una reflexión epistémica sobre las teorías y las metodologías. Por otra parte, la tensión norte-sur queda en evidencia en la circulación del conocimiento científico; quizá sea necesario volver a los orígenes del campo de la comunicación, donde la pregunta por el poder estructuraba gran parte de los debates, esto como brújula podría evitar la desorientación. Esta parte pretende, entonces, contribuir desde una mirada histórica, crítica y relacional a una cartografía aproximativa del estado de la cuestión sobre las audiencias en América Latina.

## Tercera parte. Perspectivas para el estudio de las audiencias

Esta sección aborda perspectivas tradicionales y emergentes en el estudio de las audiencias desde mediados del siglo xx hasta el presente. Por tanto, hay descripciones de escuelas e instituciones con mayor tradición y de tendencias más recientes. Así, esta parte –conformada por seis capítulos– muestra la estrecha conexión de los estudios de las audiencias con la expansión de fenómenos relacionados con ella, tales como la educación, la religión, la política, lo local, la prensa y las plataformas de video bajo demanda. Aunque se presenta una amplia perspectiva en los estudios de audiencia de medios de difusión, dedicamos especial atención a la emergencia de las tecnologías digitales de información y comunicación, ya que implican usuarios más complejos. De ahí la importancia de examinar los últimos desarrollos y tendencias surgidos en los estudios de audiencia en América Latina.

González y Franco recuperan la trayectoria de los estudios sobre educación para los medios a partir de su categorización en tres grandes fases (crítica, cultural y democratizadora) de acuerdo con el trabajo de David Buckingham. Además, relacionan los estudios sobre las competencias mediáticas e informacionales con las iniciativas de la Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) en la región hispanoamericana, pero especialmente latinoamericana. Entre estos desarrollos se incluye la diversificación creciente de los estudios que consideran el impacto de la desinformación, la verificación de datos, la estigmatización mediática o la saturación informativa, asimismo se toma en cuenta el papel de las organizaciones civiles y medios independientes que solventan dichos impactos.

En el siguiente capítulo Neubauer y Bizberge analizan las trayectorias y debates en torno al derecho de las audiencias de servicios audiovisuales en Internet. El análisis que presentan consiste en una revisión de los marcos legales vigentes en América Latina en los últimos 15 años, con especial atención en legislaciones en Argentina, México, Brasil, Colombia y Uruguay. De tal forma que estos marcos legales se relacionan con propuestas internacionales como lo son la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión (RELE) y documentos desarrollados por organizaciones de la sociedad civil.

Por su parte, Cornelio desarrolla un análisis crítico sobre las formas en que se han estudiado las prácticas de las audiencias y su relación con las

plataformas de *video on demand* (VOD), tanto las de alcance global (Netflix, Amazon Prime Video, HBO Max, Disney+, Apple TV+), como aquellas que se limitan a ciertas regiones (Globoplay, Claro Video, Retina Latina, Vix+). En el capítulo la autora revisa los estudios empíricos de las audiencias con el objeto de distinguir tendencias e identificar áreas de oportunidad a futuro. El capítulo de John, Caminada, Drabeski y Pereira presenta una propuesta para estudiar a las audiencias y sus prácticas religiosas desde la perspectiva de Jesús Martín-Barbero. Las y los autores analizan las proposiciones de los mapas nocturnos del académico español-colombiano para investigar la comunicación más allá de los medios. Asimismo exploran algunas posibilidades teóricas y empíricas para la operativización de las mediaciones con el objetivo de comprender nuevos procesos entre religión y comunicación.

González y Salazar desarrollan un estudio sobre la relación prensa-audiencia en América Latina. La apuesta de este capítulo es proponer un modelo para explicar la relación prensa-audiencia como un proceso bidireccional y dinámico, donde ambos actores son interdependientes y están marcados por una correspondencia de expectativas en torno a lo que los consumidores de noticias buscan y la labor que los medios periodísticos deben desempeñar. De esta manera, argumentan que cuando hay divergencias entre las expectativas y los roles asignados a cada actor esta relación se altera.

La sección cierra con un capítulo de Dagatti, Koziner y Gómez sobre el abordaje del espacio y territorio, o concretamente de lo local, en los estudios de audiencia en la era de la globalización hipermediática. Los autores proponen considerar lo local y su transformación en el ámbito de la comunicación y los estudios de audiencia, y de manera específica su relación con los circuitos informativos en ecosistemas hipermediáticos. El argumento que desarrollan analiza la expansión de los límites de las fronteras geográficas frente a los espacios virtuales, mismos que permiten nuevas formas de conexión y participación de las audiencias.

## Cuarta Parte. Perfiles de audiencias

La última parte de esta obra tuvo como objetivo hacer una serie de estados del arte de los estudios de recepción, especialmente aquellos enfocados en un perfil de audiencias de acuerdo con distintas diversidades presentes en la sociedad. En cada caso de diversidad se presentan los ajustes en términos epistemológicos

a los que se han tenido que adaptar las y los investigadores al momento de documentar sus perspectivas, esto debido a que estas diversidades se reconocen como identidades y, por lo tanto, una mediación al momento de recepción.

Silvera, Fernández y Cornelio exponen las tendencias en las audiencias jóvenes, cuyo concepto se articula de manera pertinente con el análisis de estudios que hicieron Domínguez, Díaz e Inzunza sobre el caso de las audiencias infantiles. Esta discusión es relevante puesto que no hay un consenso en cuanto a los límites etarios de la juventud en América Latina, lo que nos lleva al debate culturalista del “joven” como una construcción social. Ambos trabajos presentan un punto de partida sobre cómo adaptar las metodologías a estas edades.

Álvarez presenta un trabajo alineado a los llamados *fan studies*, considerados por sí mismos una subdisciplina entre las personas investigadoras de la Unión Europea, y cómo se han abordado en esta región con todas sus características. Olmedo, por su parte, reúne las tendencias en el estudio de audiencias identificadas con la comunidad LGBTQIA+, también interseccionado con frecuencia con la subdisciplina de *queer studies* con problemáticas distintivas respecto de otras dentro de los estudios de género.

Por su parte, Lorier, Fascioli y González problematizan el estudio sobre las personas con discapacidad, las cuales han sido invisibilizadas no sólo por los medios como tal, sino también por quienes investigan a las audiencias. Este capítulo expone la necesidad de otorgar mayor atención desde la academia a la accesibilidad en el ámbito mediático.

Carniglia propone el concepto de *rurbanidad* para analizar a las audiencias desde lo urbano-rural, lo cual pone en relieve esta particularidad que es tangible en todos los países de América Latina. Esta sección cierra con el capítulo de Cogo y Brignol, quienes abordan al individuo-migrante en Brasil, un fenómeno presente en todo el continente.

## **Una invitación a la lectura de este libro**

Los desarrollos y tendencias documentados en este libro representan un panorama actual, por así decirlo, de la hipermediatización de la cultura contemporánea. Los medios de comunicación, medios digitales e inteligencia artificial han transformado las maneras en que se producen, transmiten, circulan y reciben la información y el entretenimiento. Estos desarrollos son constitutivos

de las sociedades latinoamericanas y son mediados por procesos mundiales que se sobreponen de maneras complejas.

Esta publicación, producto de un esfuerzo colectivo, no sólo contribuye a los estudios de recepción, sino que también expone las particularidades que caracterizan a las audiencias latinoamericanas. A nivel global existe una necesidad de visibilizar los estudios que se hacen en nuestros contextos y resaltar lo que es *sui generis* a nuestra(s) cultura(s).

Cada capítulo, por sí mismo, ofrece aportes y hallazgos de notable interés, sin embargo, es en su dimensión transversal donde la obra adquiere una riqueza particular al ofrecer un compendio bastante completo de las reflexiones críticas, corrientes de pensamiento y las investigaciones que han abordado a las audiencias como un objeto de estudio complejo y desafiante. En su conjunto, este libro constituye una valiosa actualización y orientación para la comprensión, desde una pluralidad de perspectivas teóricas y metodológicas, de la gran diversidad entre las audiencias, así como de las múltiples modalidades que configuran sus prácticas.

Finalmente, agradecemos el apoyo de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, particularmente al equipo del Departamento Editorial por su trabajo para lograr esta publicación. Asimismo, la colaboración invaluable de Mónica Cervantes, Estefanía Díaz, Atziri Herrera y Lucía Hernández por su atenta revisión y organización de los contenidos de esta obra, así como la comunicación con las autoras y autores.

*María Rebeca Padilla de la Torre*

*David González Hernández*

*Yamila Heram*

*Beatriz Inzunza Acedo*

Aguascalientes, Guadalajara, Buenos Aires y Monterrey, 2026