



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>

Capítulo 10

Notas para estudiar el tiempo y el espacio en el consumo de la ficción seriada de larga duración

Lizbeth Kanyat

Introducción

La recepción de ficción es un proceso complejo e intrigante. Series como *Succession* (HBO, 2018-2023), *This is Us* (NBC, 2016-2022) y *Mad Men* (AMC, 2007-2015) han acompañado a los telespectadores durante periodos prolongados en los que pueden haber ocurrido cambios biográficos significativos, como la finalización de una carrera universitaria, la entrada al mercado laboral, el matrimonio, la paternidad, el desempleo, la migración geográfica, entre otros. Sin embargo, hemos observado que los telespectadores asiduos desarrollan un vínculo con el producto televisivo que trasciende la espera entre temporadas y los cambios sociales provocados por el paso del tiempo. Este tipo de relación está dotada de pertinencia, relevancia y constancia. Al mismo tiempo, sabemos que los telespectadores desarrollan múltiples interpretaciones de los mensajes mediáticos y tienen

diversas motivaciones para su consumo. Por lo tanto, aunque se pueda percibir una práctica de consumo regular y consolidada, también reconocemos que las motivaciones para su mantenimiento son diversas y dinámicas.

Para enfrentar esta complejidad, debemos observar que la serialidad de la ficción favorece su integración en los discursos cotidianos, por lo que el estudio de la recepción requiere una mirada atenta a cómo estos productos televisivos se incorporan y resignifican en la vida diaria de los espectadores. Ante este escenario, presentaremos una metodología centrada en el estudio del tiempo y el espacio de la producción de significados. A esta propuesta la denominamos *cronotopo de la recepción*, que se refiere al estudio de las conexiones espacio-temporales en las diferentes etapas del proceso de creación de significado (Kanyat, 2022a, 2022b, 2023). Este enfoque implica investigar: ¿Quién habla y a quién se dirige? ¿Cuál es el mensaje recibido? ¿Dónde y cuándo se recibe el mensaje? ¿Cómo es consumido dicho mensaje? ¿Cuáles son los significados asignados? Y finalmente, ¿qué hacen los individuos con los significados construidos a partir del mensaje mediático?

El *cronotopo* de la recepción es un concepto desarrollado a partir de las ideas sobre cronotopo encontradas en Mijaíl Bajtín al analizar la prosa literaria (Bakhtin, 2014; 2018). Además, articulamos a nuestra propuesta aportes teóricos y metodológicos provenientes de los estudios de recepción latinoamericanos (Fígaro y Grohmann, 2017; Lopes, 2018; Jacks, Libardi y Sifuentes, 2024), de la teoría de las mediaciones (Martín-Barbero, 1987) y del análisis del discurso francés (Orlandi, 2015; Maingueneau, 2005; Charaudeau, 2006a, 2006b). Este enfoque para la recolección y análisis de datos fue concebido originalmente en el marco de un estudio sobre la recepción transnacional, específicamente para examinar la recepción de la serie *Game of Thrones* por jóvenes espectadores brasileños, investigación llevada a cabo por la autora Kanyat (2022b) en su tesis doctoral.

El capítulo comienza desarrollando el marco teórico de la propuesta metodológica anteriormente mencionada. Estos paradigmas nos brindan categorías analíticas para estudiar el tiempo y el espacio en el discurso, teniendo en cuenta los contextos inmediatos y amplios de la producción de sentidos. La siguiente sección se centrará en las técnicas de recopilación de datos pertinentes para el enfoque cronotópico y el protocolo de análisis. Para finalizar, presentamos consideraciones sobre la aplicabilidad de esta metodología en el estudio de la

recepción de otras materialidades, más allá de la ficción televisiva, como videojuegos, librojuegos, novelas literarias, *podcasts* de ficción y sagas filmicas.

Las bases teóricas

Comenzamos nuestro recorrido de estudios buscando, en las diferentes tradiciones de investigación comunicacional, propuestas teórico-empíricas que nos permitieran comprender los múltiples sentidos construidos por las audiencias frente a narrativas ficcionales. Destacamos las teorías que contribuyen con la comprensión del papel que asumen en la vida social de los individuos el consumo mediático y los sentidos construidos a partir de él. Finalmente, seleccionamos los aportes que consideraban los tiempos y espacios en los que tales significados fueron construidos y tales actitudes fueron movilizadas.

De esta manera nos anclamos en el análisis del discurso francés, que utiliza la noción de contexto para analizar las condiciones de producción de significado. Aquí encontramos los conceptos de *contexto amplio* y *contexto inmediato*. Eni Orlandi (2015) denomina de contexto amplio al escenario sociohistórico e ideológico, a la historia y los imaginarios constituidos en ella, y a otros elementos que se derivan de la sociedad y median en la interpretación de los mensajes. A su vez, el contexto inmediato, para la investigadora, son las circunstancias de relevancia discursiva en el momento de la enunciación, es decir, las condiciones afectan la producción en sentido más restricto.

Con un enfoque similar, Dominique Maingueneau (2005, p. 27) destaca la importancia del *contexto situacional* o *entornos físicos a la enunciación* para la interpretación de un texto. Otra fuente de información para interpretar textos son los *conocimientos previos a la enunciación*. Esta idea se refiere al amplio repertorio que posee el receptor, el cual lo moviliza para interpretar el mensaje. Así, consideramos que esta última categoría va en la misma dirección que el concepto de horizonte de experiencia desarrollado por Hans Robert Jauss (1982) dentro de la teoría de la recepción (o estética de la recepción) en la Universidad de Constancia.

Para Jauss la recepción es la investigación sobre la realización de la comunicación – sobre la concretización de un texto en el acto de lectura. Este proceso incluye el análisis de cuestiones marco como los referentes sociales e individuales, el sentido que el autor pretende comunicar (el significado original

del mensaje) y sentido atribuido a la obra en su lectura (el significado del receptor). Según Jauss (1982) el valor estético de una obra deriva de la distancia entre el texto y el horizonte de expectativa del lector. El horizonte de expectativa se refiere al punto de vista de la audiencia constituido por la suma de sus experiencias a lo largo de su vida. Este es resultado de tres factores principales: la experiencia previa que el público tiene del género; la forma y la temática de obras que presupone el conocimiento, y la oposición entre lenguaje poético y lenguaje práctico, mundo imaginario y realidad cotidiana (Jauss, 1982). Este aporte considera que el valor de una obra no es una cualidad inherente al texto y sí algo dinámico y dependiente de la relación con el destinatario. Esto nos indica que para estudiar la recepción de una obra y la valoración que el público le da debemos considerar elementos externos al texto (sociales, culturales y hasta políticos). El enfoque de la teoría de la recepción resuena en las formulaciones latinoamericanas de Jesús Martín-Barbero (1987), quien destaca el concepto de mediaciones como central para la comprensión de los sentidos construidos en el ámbito de la recepción y también de la producción.

Martín-Barbero (1987) considera que las mediaciones son los lugares de donde provienen las construcciones de significado. Para el autor la comunicación emerge de matrices culturales. El mapa de las mediaciones de 1987, ampliamente conocido en el circuito académico latinoamericano, tiene en el centro la comunicación, la cultura y la política. Las mediaciones se distribuyen según los ejes diacrónico y sincrónico. El eje diacrónico refiere a procesos históricos de largo plazo que afectan matrices culturales y formatos industriales. En el eje sincrónico están las mediaciones que impactan la lógica de producción y las habilidades de producción o consumo. Aunque el mapa haya tenido actualizaciones para evidenciar los cambios que los fenómenos de comunicación han sufrido, el autor no pretendió presentar en su obra una lista definitiva de mediaciones, su potente aporte está en apuntar que el sujeto de la comunicación no es el medio, sino la relación. Esto quiere decir que estudiar comunicación es estudiar lo que la gente hace con lo que ve, oye o lee en un momento histórico determinado.

Con énfasis en las temporalidades, el trabajo de Joseph McGrath (1988) nos propone entender el tiempo como una construcción social y no sólo como una medida objetiva. McGrath nos presenta una comprensión del tiempo como una construcción que opera simultáneamente en tres niveles: individual (la experiencia personal), interaccional (la sincronización entre personas) y

cultural (los patrones temporales compartidos). Esta perspectiva reconoce que la temporalidad es un fenómeno social y multidimensional que se manifiesta a través de cuatro dimensiones fundamentales: la duración (percepción subjetiva de intervalos), la secuencia (orden y organización de eventos), el ritmo (patrones de actividad y pausa) y la sincronización (coordinación temporal entre individuos y grupos). En el estudio del tiempo y espacio del consumo mediático podemos direccionar nuestra mirada para los rituales y ritmos de recepción, la sincronización del tiempo para un consumo mediático colectivo y la integración del consumo mediático en la vida cotidiana.

Para concluir el camino teórico que sustenta este trabajo, traemos el concepto de cronotopo de Mijaíl Bajtín (2018). El investigador lo define como la configuración del espacio y del tiempo en la prosa literaria. Aunque su obra examina el cronotopo del universo narrativo y los acontecimientos representados en la novela, el autor defiende la existencia del cronotopo escucha-lectura:

En nuestro trabajo hablamos del cronotopo del universo representado en la novela, de los acontecimientos representados, pero todavía existe el cronotopo representativo del autor, desde dentro del cual el autor contempla, y el cronotopo del oyente o lector, los cronotopos de los acontecimientos de representación y escucha-lectura. (p. 238, traducción libre)¹

Las ideas de Bajtín nos permiten sugerir la idea del cronotopo de recepción. Este concepto, según nuestra interpretación, proporciona unas visiones previas para el análisis del tiempo y el espacio durante el consumo de una obra, tanto desde una perspectiva sincrónica como diacrónica.

Cronotopo de la recepción

Llamamos cronotopo de recepción al estudio de las articulaciones espacio-temporales en las diferentes instancias del proceso de creación de significado (Kanyat, 2022a, 2022b, 2023). Para ello, proponemos investigar: ¿Quién habla

1 “Em nosso trabalho, falamos do cronotopo do universo representado no romance, dos acontecimentos representados, mas ainda há o cronotopo representador do autor, de dentro do qual o autor contempla, e o cronotopo do ouvinte ou leitor, os cronotopos dos acontecimentos da representação e da audição-leitura” (Bakhtin, 2018, p. 238).

y a quién se dirige? ¿Qué mensaje se recibe? ¿Dónde y cuándo se recibe el mensaje? ¿Cómo se recibe el mensaje? ¿Cuáles son los significados asignados? Y finalmente, ¿qué hacen los individuos con los significados construidos a partir del mensaje mediático?

¿Quién habla y a quién se dirige?

Al realizar un estudio de recepción debemos considerar atentamente quién es el enunciador, el autor del discurso, el informante de la investigación. Debemos conocer su lugar de enunciación, sus filiaciones ideológicas y su interseccionalidad. Igualmente importante es reconocer su relación con el enunciatario o coenunciador, a quien se destina el discurso. Esto dependerá de la técnica utilizada para recolectar datos. Podría ser el investigador al realizar una entrevista, los participantes de un grupo de discusión o los miembros de la comunidad en que se desarrolló un fórum, por citar algunos ejemplos.

Este punto destaca la naturaleza dialógica de los signos y de los discursos (Bakhtin, 2014). La comunicación no es un acto mecánico de enunciación y descodificación de palabras como un signo estable y siempre idéntico a sí mismo. Enunciar significa movilizar signos flexibles y maleables según el contexto, a partir de la comprensión del mundo de cada sujeto y de su intención de comunicación.

¿Qué mensaje se recibe? Este momento de análisis estudia los significados que pretende la obra como discurso que circula en el mundo. Un abordaje cronotópico de esta cuestión permite percibir, al estudiar la categoría temporal, las formaciones discursivas e ideológicas que rodean el momento en que se muestra este mensaje. La categoría analítica espacio es inseparable del anterior, pues circunscribe geográfica y culturalmente la circulación de este mensaje para el análisis de los significados que pretende.

¿Cuándo y dónde se recibe el mensaje? Esta pregunta puede provocar una descripción detallada de los momentos frente a la pantalla. La categoría temporal (cuándo) nos ayuda a observar en qué momento se recibe dicho mensaje, en qué momento de la rutina del sujeto, en qué momento de su vida y bajo qué contextos sociales, económicos, políticos y culturales. La categoría espacial (dónde) orienta el análisis hacia el dispositivo utilizado para recibir el mensaje, el lugar físico donde se encuentran el sujeto y su dispositivo y las características más relevantes de su entorno inmediato.

¿Cómo se recibe el mensaje? El “cómo” está relacionado con las prácticas y rituales de consumo. Esta pregunta guía la mirada sobre la dimensión simbólica del consumo. La categoría temporal nos ayuda a localizar la frecuencia de consumo, el tiempo de exposición a ese mensaje, los hábitos o costumbres que rodean esta práctica comunicativa. En el ámbito del espacio podemos explorar las rutinas que se desarrollan antes, durante y después del consumo, así como los significados que ese lugar atribuye a la práctica comunicativa que allí se desarrolla.

¿Cuáles son los significados asignados? El análisis aquí asocia los discursos de los sujetos con las características del espacio y tiempo del momento de la enunciación. También considera el soporte en el que se pronuncia el enunciado, los enunciadore, sus filiaciones ideológicas y contextos culturales, históricos y sociales, cuál es el espíritu de la época, cuáles son los discursos que circulan en el momento de la enunciación.

¿Qué se hace con los significados construidos en el proceso de recepción? Examinar esta dimensión del proceso de recepción puede abordar el estudio de las temporalidades que involucran las acciones del enunciado/enunciador. Se estudia en qué momentos se manifiestan los significados (re)construidos, cuál es la frecuencia de estas acciones enunciativas, su duración, si están fragmentadas o no. El espacio nos lleva a analizar los lugares donde se enuncian los discursos, los soportes o dispositivos utilizados para comunicarse y también en qué ámbitos discursivos de disputa de poder se insertan los enunciados.

Las ideas presentadas no son un modelo definitivo de análisis, sino que sirven como un ejercicio para hacer metodológicamente aplicable el concepto de cronotopo en la investigación de la recepción, estando abierto a la crítica y la colaboración.

Estrategias y técnicas para la recopilación de datos

Para identificar los significados atribuidos a la ficción seriada de larga duración y sus usos en la vida social, a la luz de contextos sincrónicos y diacrónicos, proponemos que la recolección de datos tenga un enfoque cualitativo y haga uso de técnicas que revelen los amplios procesos de construcción de significados de ficción seriada. Ejemplos de ello son la observación participante, la entrevista en profundidad semiestructurada, la historia de vida tópica y la

entrevista seriada. Estas técnicas permiten recolectar datos desde el momento en que se consume el producto mediático y también posibilitan comprender contextos más amplios, como matrices culturales, aspectos biográficos, históricos, políticos y económicos que influyeron en la construcción de significados, etcétera. En resumen, para el enfoque cronotópico, las técnicas de recolección de datos deben ser capaces de capturar las variaciones y/o permanencias de comportamientos, actitudes, valoraciones y gustos sobre el producto televisivo considerando los diferentes contextos.

Aunque la investigación es cualitativa, pueden resultar útiles las entrevistas estructuradas para crear un grupo de participantes potenciales. El cuestionario podrá contener preguntas que permitan identificar qué sujetos cumplen con los criterios preestablecidos. Esto puede ser favorable especialmente si la investigación requiere un recorte en función de características demográficas, como nivel socioeconómico, educación, edad, género, entre otras. El cuestionario se puede distribuir digitalmente al mayor número de personas posible durante un periodo de tiempo determinado. La información recopilada no requiere procesamiento estadístico, sirve para reconocer a las personas que cumplen con los requisitos deseados. Si es necesario, se invita a contactos posteriores para participar en la etapa en la que se aplican técnicas en profundidad. Las personas que efectivamente participan en esta segunda fase de la investigación conforman la muestra. Por lo tanto, en este diseño metodológico se utiliza la técnica de muestreo no probabilístico intencional, buscando representatividad social y no estadística (Laville y Dionne, 1999).

Dado que las técnicas de investigación cualitativa piden a los participantes que compartan aspectos de su vida privada, es importante que el investigador busque estrategias para generar confianza. Un procedimiento que puede funcionar en esta dirección, antes del encuentro personal, es la creación de un *hotsite* en el que la investigación en curso, el investigador, las publicaciones relacionadas con el proyecto y sus contactos se presenten de manera apetecible para el público no especializado. Durante la interacción con cada sujeto participante, el investigador debe buscar discreción para que el entrevistado y sus experiencias tomen protagonismo.

La entrevista es la técnica de recolección de datos más utilizada en los estudios de recepción de ficción televisiva en Brasil (Ribeiro, Costa y Matheus-Neto, 2024). Esto se debe a que es una conducta privilegiada para recoger del informante su propia interpretación de sus prácticas, de sus formas de pensar –de la

manera en que se le considera representativo de su grupo o de una fracción de éste– y también sobre los diversos componentes de su grupo, su sociedad y sobre sus diferentes formas de pertenencia (Poupart, 2018). En este sentido, Sánchez (2004) presenta dos justificaciones para utilizar entrevistas en la investigación de recepción:

En primer lugar, su elección se sustenta en la proximidad de este tipo de entrevista con la práctica discursiva cotidiana. La entrevista en profundidad promueve una actividad narrativa que funciona de forma similar a la narrativa ordinaria. En segundo lugar, el análisis de la producción narrativa en situación de entrevista permite el acceso a la urdimbre de significaciones que circulan en la cotidianeidad producidas en la recepción. (p. 47)

El uso de este método conlleva ciertas concepciones sobre lo que son la ciencia y la investigación. Por lo tanto, se vuelve importante presentar justificaciones para el uso de entrevistas en un orden epistemológico, ético-político y metodológico.

El recurso de las entrevistas en profundidad semiestructuradas es considerado por la mayoría de las tradiciones sociológicas, y sigue siendo, una de las mejores formas de comprender el significado que los actores dan a su conducta. La justificación epistemológica reconoce que los entrevistados plantean construcciones parciales y fragmentadas de la realidad. Como señala Bajtín (2014), “un producto ideológico es parte de una realidad (natural o social) como todo cuerpo físico, instrumento de producción o producto de consumo; pero a diferencia de éstos, también refleja y refracta otra realidad, que le es externa” (p. 31). De esta manera, los signos funcionan como mediadores de la interacción del hombre con el mundo. Según este paradigma, la forma de aprender es a través del lenguaje. Por eso los discursos sobre la realidad que dan los entrevistados son fundamentales para conocer el mundo que ellos conocen. El investigador, por otra parte, es considerado un reconstructor de la manera en que los primeros reconstruyen la realidad. Para Poupart (2018), los análisis son producto de una construcción mutua, de un diálogo entre el investigador y las personas entrevistadas. Las interpretaciones serían entonces el resultado del acuerdo entre investigadores y participantes de la investigación.

Denunciar prejuicios, prácticas discriminatorias e inequidades remite a la justificación ético-política del uso de entrevistas. El método permite no sólo

resaltar lo que las personas viven a diario, sino también darles voz y compensar su ausencia o falta de poder. Así, la investigación sobre la recepción de la ficción seriada funciona como punto de partida que permite acceder a repertorios culturales y mapas de significado presentes en una sociedad, como explica Mungiolli (2008):

El proceso de comunicación verbal, y más estrictamente el proceso de construcción de significados, pone en juego no sólo la capacidad del ser humano de expresarse a través del habla –referida aquí en su sentido más estricto–, sino también, y principalmente, de hacer comprender y entender a las personas. comprender a través de todo un conocimiento discursivo tejido por las relaciones sociales de sujetos social e históricamente constituidos. (p. 9, traducción libre)²

Desde la misma perspectiva, la serialidad de la ficción favorece su integración en los discursos cotidianos. Así, el estudio de la recepción de la ficción seriada implica profundizar en los discursos de la vida cotidiana. En ellos los significados producidos se forman y circulan de forma oral (Sánchez, 2004). Por lo anterior, la entrevista se vuelve pertinente al enfoque cronotópico, ya que busca identificar el valor y significado atribuido por los espectadores en diferentes tiempos y espacios, y cuáles son las repercusiones de la ficción seriada en la vida cotidiana.

El análisis cronotópico en el diseño de un instrumento de entrevista

Principio contextual

La integración del análisis cronotópico en el diseño de un instrumento de entrevista se fundamenta en lo que denominamos *principio contextual*. Este

2 “O processo de comunicação verbal, e mais estritamente o processo de construção de sentidos, coloca em jogo não apenas a capacidade de o ser humano expressar-se por meio da fala –referida aqui em seu sentido estrito mas também, e principalmente, de se fazer entender e compreender por meio de todo um saber discursivo tecido pelas relações sociais de sujeitos constituídos social e historicamente” (Mungiolli, 2008, p. 9).

principio establece que el guion de preguntas debe contener cuestiones que inviten al informante a detallar tanto los contextos inmediatos como los amplios de su experiencia de fruición del texto estudiado.

Por un lado, la exploración del contexto inmediato nos permite adentrarnos en las prácticas de consumo y el ambiente íntimo en que sucede la recepción de la obra estudiada. En este sentido, se busca comprender diversos aspectos fundamentales, tales como los dispositivos y plataformas utilizados para el consumo mediático, así como la frecuencia, los rituales de consumo, las personas involucradas en esta experiencia y los roles desarrollados durante la asistencia al programa.

Por otro lado, en cuanto al contexto amplio, el objetivo es identificar aquellos elementos del ambiente externo que pueden haber orientado la construcción de sentidos. Esto implica indagar sobre múltiples dimensiones: desde la etapa de vida en que se encontraban los informantes cuando comenzaron el consumo de la obra, pasando por los cambios biográficos experimentados durante el periodo de fruición, hasta las transformaciones en sus relaciones sociales, laborales, profesionales y económicas. Asimismo, resulta fundamental examinar elementos de dimensión política, sanitaria, ambiental y cultural que pueden haber sido determinantes en su relación con los medios, entre otras cuestiones relevantes.

Una vez establecido el principio contextual como base para el diseño del instrumento, es necesario estructurar la entrevista de manera que facilite la emergencia gradual de estos diferentes niveles contextuales. Para ello, proponemos una estructura tripartita que permite un abordaje progresivo y sistemático de la experiencia del informante.

Estructura tripartita

Para una entrevista semiestructurada, organizamos las cuestiones en tres secciones complementarias: preguntas de calentamiento, preguntas centrales y preguntas de encerramiento. Esta estructura permite un acercamiento gradual a la experiencia del informante, partiendo de aspectos más inmediatos hasta llegar a reflexiones más profundas.

Las preguntas de calentamiento se centran en recordar y describir el contexto inmediato de la fruición de la obra, estableciendo un primer nivel de confianza con el entrevistado. Las preguntas centrales, por su parte, demandan

un ejercicio más profundo de introspección, reflexión y evaluación, buscando que el informante comunique los significados atribuidos durante el proceso de recepción. Estas preguntas requieren una conexión explícita con el contexto amplio previamente discutido. Finalmente, la tercera sección funciona como un espacio abierto donde los sujetos pueden expresar de manera libre cualquier idea, pensamiento o pregunta que haya surgido durante la interacción.

A continuación, profundizaremos en cada una de estas secciones, detallando sus características y objetivos específicos.

Preguntas de calentamiento. La fase inicial de la entrevista, aquí denominada de “calentamiento”, es crucial para establecer conexión entre investigador y participante, con el fin de crear un ambiente propicio para una interacción dialógica productiva. Las preguntas formuladas en este momento deben caracterizarse por su baja complejidad cognitiva y emocional, con el objetivo de transmitir al entrevistado una sensación de competencia y comodidad en relación con el proceso investigativo. Éstas generalmente están relacionadas con el contexto inmediato. Por ello, iniciamos con una indagación descriptiva y no evaluativa. Podemos explorar esta dimensión con preguntas como:

- ¿Por cuál dispositivo y plataforma suele consumir este producto de ficción seriada?, que contextualiza la tecnología utilizada para el consumo de la obra.
- ¿De qué manera suele consumir esta obra?, que informa sobre la práctica de *speed-watching*, *binge-watching* o la asistencia semanal, conforme el lanzamiento de episodios inéditos.
- ¿Cuándo y con quién suele consumir este producto?, que indaga sobre el momento temporal en que se realiza esta experiencia, las personas involucradas y el ritual de consumo.
- ¿Dónde suele consumir esta obra?, que explora sobre el local de consumo, si es un ambiente privado como la casa, la sala, el dormitorio, o si es un ambiente público como un bar, cafetería o similar.

Esta estrategia no sólo contextualiza el objeto de estudio, sino que también permite al participante iniciar el diálogo desde un terreno familiar, potenciando la calidad y la profundidad de los datos obtenidos en las fases subsiguientes de la entrevista. Aquí es posible reconocer la actuación de las

mediaciones (Martín-Barbero, 2009a) denominadas sensorialidad, ritualidad, socialidad, identidad, ciudadanía, temporalidades, espacialidades y tecnicidades, entre otras.

Preguntas centrales. Tras la fase inicial, la entrevista progresa hacia la etapa de preguntas centrales, la cual demanda del participante un ejercicio más profundo de introspección, reflexión y evaluación de sus experiencias frente al referente televisivo. De este modo se puede explorar la actuación de narrativas y de los discursos, en cuanto mediaciones actuantes sobre la producción de sentido. Para facilitar este proceso, se elaboran preguntas estratégicamente diseñadas que abordan diferentes dimensiones de la recepción mediática a partir de las características poéticas de la obra ficcional, tales como:

- ¿En qué momento de su vida comenzó a consumir este producto ficcional seriado?, que contextualiza la experiencia en la trayectoria vital del participante.
- ¿De qué cree que trata esta obra?, que indaga sobre la interpretación personal del contenido.
- ¿Cómo se ha sentido mientras consume este producto ficcional seriado?, que explora la dimensión afectiva de la recepción.
- ¿Qué le motivó a consumir esta obra hasta su término?, que busca comprender los factores de *engagement* a largo plazo.
- ¿Usted relaciona algo de lo que ve en la obra con sus experiencias en la vida real? ¿Por qué y de qué manera?, que examina la conexión entre el contenido mediático y la realidad personal del espectador, explorando procesos de identificación y relevancia percibida.

Esta fase permite al investigador acceder a las capas más profundas de la experiencia del espectador, revelando los procesos complejos de construcción de sentido que ocurren durante la recepción mediática y cómo estos significados se articulan en la vida cotidiana y social de los sujetos entrevistados.

Preguntas de encerramiento. La fase final, denominada preguntas de encerramiento, objetiva dar a los participantes la oportunidad de añadir libremente cualquier complemento o aclaración sobre los temas tratados. Esta parte de la entrevista es un espacio abierto para que los sujetos expresen cualquier idea, pensamiento o pregunta que surgiera durante nuestra interacción. Incluye

preguntas como: ¿Desea revisar o ampliar sus respuestas? y ¿Tiene alguna pregunta sobre los procedimientos de investigación?

Consideraciones sobre la conducción de entrevistas

Para alcanzar y posibilitar que el informante profundice en sus respuestas a través de la rememoración y el autoanálisis, es fundamental obtener la colaboración del entrevistado. No es lo mismo aceptar realizar la entrevista que obtener la cooperación del participante. El entrevistado puede resistirse o mostrar desinterés por la actividad, lo que provocaría que sus respuestas sean apresuradas y superficiales.

Es importante que el entrevistado se sienta cómodo en su papel de enunciador. La selección estratégica de la fecha, hora y lugar para la entrevista resulta esencial con el objetivo de crear un ambiente cómodo y familiar. Sin embargo, para que una entrevista tenga éxito, no basta con convencer a alguien para que participe y crear un ambiente confortable: es crucial que el entrevistado se sienta seguro para expresar su verdad.

Los informantes deben sentirse capaces de compartir sus sentimientos, experiencias personales y discursos íntimos de forma natural y espontánea. Garantizar el anonimato puede ser eficaz para fomentar la espontaneidad en las respuestas. Es importante recalcar que no hay respuestas incorrectas: todas son válidas. El foco de la investigación es comprender los pensamientos y sentimientos del participante sobre el consumo de ficción seriada.

Los subgéneros de la entrevista

El progreso por estas fases posibilitará que la entrevista atraviese los subgéneros de entrevista conceptual (Medina, 1990), entrevista-diálogo (Morin, 1973) y neoconfesiones (Morin, 1973).

Es característico que en la fase de calentamiento las entrevistas comiencen su desarrollo por el subgénero conceptual, que es cuando el sujeto se coloca como fuente y autoridad de la información facilitada (Morin, 1973). Los enunciados pueden revelar el uso de mecanismos de racionalización y anticipación. A través del mecanismo de racionalización (Morin, 1973), el participante moviliza y expone su bagaje de conceptos y conocimientos, ya

que se ve a sí mismo como la fuente de la entrevista. Característica de esta posición discursiva es la tendencia a dar respuestas legítimas, sistematizadas y justificadas, sin espacio para desviaciones espontáneas o reflexiones íntimas. El concepto de anticipación (Orlandi, 2015) es el ejercicio que hace el orador, dentro de su horizonte de experiencia, para ponerse en el lugar de su interlocutor y predecir el significado que pueden producir sus palabras. Es la elaboración de hipótesis sobre la posible respuesta que obtendrá su discurso. La anticipación es el mecanismo que “regula la argumentación, de tal manera que el sujeto dirá de un modo u otro, según el efecto que crea que va a producir en su oyente” (Orlandi, 2015, p. 37). La anticipación está subvencionada por la percepción que el sujeto tiene de su interlocutor. Su posición social, género, profesión, filiación ideológica, entre otros elementos, afectan a la dinámica que se establece entre ellos para la enunciación.

Con el progreso de la entrevista a la fase de preguntas centrales, ese tipo de diálogo, ordenado y premeditado, da lugar a una comunicación más informal. Es cuando se llega al subgénero de entrevista-diálogo. Aquí la técnica de la entrevista deja de ser una técnica de recogida de información para convertirse en un instrumento de comunicación. Morin (1973) llama a la entrevista-diálogo algo más que una conversación mundana. “Es una búsqueda compartida. El entrevistador y el entrevistado colaboran para sacar a la luz una verdad que puede referirse a la persona del entrevistado o a un problema” (p. 129). Aquí es cuando se logra que los entrevistados asuman una posición discursiva comprometida con la reflexión sobre sus experiencias de consumo para averiguar qué les movía hacia la serie. Esta posición discursiva se caracteriza por el uso del dispositivo de objetivación. Según Morin (1973), esta operación permite al participante objetivarse, es decir, “distanciarse de sí mismo de una manera que permite el autoanálisis e incluso la autocrítica” (p. 135). Por su parte, el entrevistador opera el dispositivo de subjetivación que le permite dejar de ver al participante como un objeto de información y tomar conciencia de su presencia subjetiva.

Por fin, y aún en esa fase de preguntas centrales, las entrevistas pueden llegar a navegar por el subgénero de las neoconfesiones (Morin, 1973). Según Morin (1973) y Medina (1990), el guion semiestructurado permite superar el nivel objetivo de la información para recoger informes sobre la subjetividad de los sujetos. En las entrevistas que alcanzan el nivel de neoconfesiones, el entrevistado realiza un ejercicio de introspección. Morin (1973) señala que esto se

debe a que la entrevista no directiva da la palabra a la persona interrogada, tras lo cual el sujeto queda libre para expresar y explorar ideas, y finalmente puede contribuir a la autoelucidación, a la toma de conciencia del individuo. En estos momentos, la figura del entrevistador se vuelve opaca y los informantes ejercen una actividad creativa y espontánea. Los informantes enuncian nuevos significados atribuidos a los textos verbo-visuales de la obra en análisis y, en consecuencia, autodescubrimientos sobre los usos y apropiaciones de este producto de entretenimiento.

Dispositivo de análisis

Tras la colecta de los datos, seguimos a la composición del *corpus* empírico para su interpretación y análisis. Para esto, presentamos un protocolo de análisis compuesto por cinco etapas, conforme se ilustra en la Tabla 1.

Tabla 1. Protocolo de análisis

Etapa	Objeto	Categorías analíticas	Referencias
1ª	Superficialidad lingüística	Texto	Orlandi, 2015
		Escena englobante (tipo de discurso)	Maingueneau, 2005
2ª	Funcionamiento lingüístico	Escena genérica (género de discurso)	Maingueneau, 2005
		<i>Ethos</i> do enunciador e coenunciador	Maingueneau, 2005
		Anticipación	Orlandi, 2015
3ª	Funcionamiento social	Contextos inmediatos: inmediato, situacional y sincrónico	Orlandi, 2015; Maingueneau, 2005; Lahire, 2004
		Contextos amplios: amplio, diacrónico y e horizonte de experiencia	Orlandi, 2015; Lahire, 2004; Jauss, 1982

Etapa	Objeto	Categorías analíticas	Referencias
4ª	Mediaciones	Sensorialidad	Rincón, 2019
		Ritualidad	Martín-Barbero, 2009a
		Socialidad	Martín-Barbero, 2009a
		Identidad	Hall, 2011; Martín-Barbero, 2009b
		Ciudadanías	Martín-Barbero, 2009b
		Temporalidades y espacialidades	Rincón, 2019
		Narrativas	Rincón, 2019
5ª	Sentidos y usos	Técnicas	Martín-Barbero, 2009a
			Bakhtin, 2014; Jauss, 1982; Iser, 1978; Martín-Barbero, 2009a

Fuente: Elaborado por la autora (Kanyat, 2022b).

Etapa 1 - Superficialidad lingüística

El objeto de análisis de esta etapa es la superficialidad lingüística, es decir, las entrevistas transcritas de modo literal. El objetivo es identificar los fragmentos en los que los sujetos relatan explícita o implícitamente sobre sus vínculos con la ficción seriada y las razones por las cuales siguieron el programa a lo largo de sus capítulos y/o temporadas. Por lo tanto, esta etapa consiste en la construcción del objeto empírico y se realiza mediante el análisis descriptivo de los datos recolectados. Según Lopes (2012), el análisis descriptivo se lleva a cabo en dos pasos. El primero es el momento de organización, crítica y clasificación de los datos. El segundo paso es la construcción del objeto empírico, es decir, la reproducción del fenómeno concreto descrito a través de sus características esenciales e interdependientes. El análisis se realiza mediante operaciones técnicas y lógicas. Esta etapa está comprometida con la organización de los datos para encontrar campos de sentido. De este modo, asegura el dominio sobre el volumen de datos recolectados y permite identificar y seleccionar fragmentos de las entrevistas de valor para el tratamiento analítico posterior. En esta sección, se espera alcanzar un conocimiento previo de las posibilidades de articulación teórico-empírica.

Etapa 2 - Funcionamiento lingüístico

El objeto de estudio de esta etapa es el enunciado (Maingueneau, 2005). El objetivo es reconocer e interpretar las mediaciones de la materialidad lingüística incidentes sobre el discurso. Buscaremos en la escena englobante (Maingueneau, 2005) el tipo de discurso del fragmento en análisis. En la escena genérica (Maingueneau, 2005) trataremos del género entrevista y/u otro(s) que sobresalgan. Reconoceremos en el contexto (Maingueneau, 2005) elementos lingüísticos que enriquezcan la interpretación de los discursos, tales como el uso de personas, discurso directo, indirecto, modalización autonómica, etcétera. Identificamos el *ethos* de los sujetos discursivos (enunciador y coenunciador). Buscamos evidencias del uso del dispositivo de anticipación (Orlandi, 2015), racionalización (Morin, 1973) y otros dispositivos de construcción de sentidos.

Etapa 3 - Funcionamiento social

Esta etapa incluye el análisis del contexto inmediato y contexto amplio, así como la identificación de las formaciones discursivas e ideológicas en las que se inscriben los discursos.

Contexto inmediato. El objetivo general de esta etapa es reconocer e interpretar las mediaciones incidentes sobre el discurso en el momento inmediato a la enunciación. Por eso reunimos bajo la nomenclatura de contexto inmediato el siguiente conjunto de categorías y conceptos: contexto situacional (Maingueneau, 2005); contexto inmediato (Orlandi, 2015); y contexto sincrónico (Lahire, 2004). Los objetivos específicos son: *a*) identificar los aspectos de relevancia discursiva en el contexto inmediato, lo que implica describir el contexto situacional del acto de enunciación y reconocer elementos relevantes que inciden sobre la discursividad del enunciado; y *b*) reconocer componentes del contexto sincrónico que operan en la producción de sentidos sobre la serie.

Contexto amplio. El objetivo de esta etapa es reconocer e interpretar las mediaciones de mayor relevancia del contexto abarcador que inciden sobre el discurso de predilección de la ficción seriada. En la noción de contexto amplio incluimos la idea de la misma nomenclatura de Orlandi (2015), que se refiere al escenario sociohistórico e ideológico; el contexto diacrónico de Lahire (2004) (fase de vida, momento biográfico, movimientos migratorios, etcétera); y el horizonte de experiencia o de expectativa de Jauss (1982) e Iser (1978),

idea sobre la cual Maingueneau (2005) esboza bajo el nombre de saberes anteriores a la enunciación.

Formaciones discursivas e ideológicas. Trabajamos con las categorías de formación discursiva y formación ideológica conforme lo interpretado por Pêcheux (1997), Brandão (2012), Orlandi (2015), Baccega (2015). Primero, se identifica la formación discursiva en la cual el enunciado está inscrito y, después, la formación ideológica que este representa.

Etapa 4 - Mediaciones

En esta etapa se sistematizan las mediaciones incidentes en la construcción de valor y significancia de la obra estudiada. Las operaciones incluyen listar las mediaciones encontradas en el análisis; evaluar si las mediaciones están contempladas en los mapas barberianos; si es necesario, organizar las mediaciones en nuevas categorías y/o proponer actualizaciones en las definiciones existentes.

Etapa 5 - Sentidos

Consideramos que en esta etapa se tendrán condiciones de reconstruir los sentidos elaborados en la recepción de la obra estudiada, especialmente sobre el vínculo entre el sujeto y la obra ficcional, considerada como una relación dotada de valor, pertinencia, identificación y asiduidad. En este momento, el analista podrá listar los sentidos sobre la predilección de la obra presentes en los discursos analizados; evaluar si los sentidos están contemplados en obras que buscan tipificar la predilección por productos ficcionales; proponer categorizaciones y definiciones para las disposiciones encontradas de modo que dialoguen con el estado del arte y que tengan potencial explicativo para otros recortes empíricos de la misma temática.

A través de este protocolo se busca la teorización de los datos empíricos. Este podría ser considerado el punto de llegada. Es aquí donde se espera que la investigación tenga su mayor grado de originalidad y aporte teórico. Una vez que la investigación social parte de la fundamentación empírica de los datos para contribuir al cuerpo de conocimiento teórico y metodológico de la ciencia, en esta etapa el análisis deberá ser llevado a un nivel superior de abstracción y de generalización. A este nivel de análisis Lopes (2012) lo denomina análisis interpretativo.

Aplicaciones en diversas materialidades

Al acercarnos a las consideraciones finales de este capítulo es pertinente destacar la génesis y aplicación inicial del protocolo metodológico aquí presentado. Este enfoque para la recolección y análisis de datos fue concebido originalmente en el marco de un estudio más amplio sobre la recepción transnacional, específicamente para examinar la recepción de la serie *Game of Thrones* por jóvenes espectadores brasileños, investigación llevada a cabo por la autora Kanyat (2022b) en su tesis doctoral. Dicho estudio se propuso alcanzar una comprensión más profunda de la recepción de la ficción televisiva extranjera, centrándose en la producción de significados en torno a los elementos narrativos y discursivos, así como en las prácticas de recepción que cimentaron la popularidad de *Game of Thrones* entre el público brasileño.

Además, una versión preliminar de este dispositivo fue aplicado en el proyecto de investigación que examinó la recepción de telenovelas brasileñas en el Ecuador, el cual puede ser consultado en la disertación de maestría de la misma autora (Kanyat, 2014). Esta investigación buscó estudiar la participación de los medios de comunicación en la construcción de los imaginarios sociales y se concentró en el análisis de los imaginarios de mujeres ecuatorianas sobre la brasilidad a partir de la recepción de la telenovela *Avenida Brasil*.

A partir de las experiencias mencionadas se evidencia que el protocolo presentado en este capítulo es particularmente eficaz para el estudio de la recepción de ficciones seriadas de larga duración, como series y telenovelas. No obstante, su versatilidad permite adaptarlo a la investigación de la recepción de diversos formatos narrativos serializados, incluyendo videojuegos narrativos, librojuegos, historietas (tanto cómics americanos como mangas), animes, novelas literarias, *podcasts* de ficción y sagas cinematográficas.

La implementación de este protocolo en el análisis de estas diversas materialidades narrativas ofrece la posibilidad de examinar cómo los receptores mantienen su compromiso con la narrativa a lo largo de múltiples entregas, frecuentemente extendidas por años. Además, permite investigar cómo los intervalos entre lanzamientos influyen en la recepción y en la evolución de la interpretación de los elementos narrativos y discursivos. Este enfoque podría revelar informaciones valiosas sobre la fidelización de la audiencia y la construcción de valor y significados de obras ficcionales de larga duración.

En el ámbito de los videojuegos narrativos, donde los jugadores interactúan directamente con el tiempo y espacio narrativo de manera inmersiva, se podría agregar al análisis del cronotopo de la recepción el estudio del cronotopo narrativo. De esta manera se podría explorar la percepción del tiempo y espacio en narrativas no lineales y formatos interactivos. Un ejemplo paradigmático para este tipo de análisis es la serie *Mass Effect* (2007-2017), que abarca una trilogía principal y varios *spin-offs*. El estudio cronotópico de esta saga permitiría explorar cómo las decisiones del jugador en el primer juego afectan el desarrollo narrativo y la construcción del mundo en las entregas posteriores, creando una experiencia temporal única que se extiende más allá de la duración de cada juego individual.

La aplicación del protocolo metodológico para el estudio de la recepción de *podcasts* ficcionales ofrece un enfoque que no sólo permitiría examinar los hábitos de escucha, sino que también abriría ventanas para explorar las estrategias empleadas por los creativos para mantener una audiencia emocionalmente comprometida, así como el papel de la cultura participativa y las comunidades de fans en la popularidad de un *show*. Un caso interesante es *The Adventure Zone* (2014-presente), un *podcast* de juego de rol que evolucionó hacia una narrativa compleja y multifacética. Un análisis cronotópico podría examinar cómo la improvisación en tiempo real de los jugadores se entrelaza con la construcción narrativa a largo plazo y cómo esto afecta la recepción y la participación de la audiencia.

Uno de los títulos de mangas más conocidos en la actualidad es la emblemática obra de Eiichiro Oda, *One Piece*, que ha estado en publicación desde 1997. La longevidad de esta serie, que abarca más de 25 años, ofrece un amplio espectro temporal para analizar cómo la percepción de los lectores ha evolucionado en relación con los cambios socioculturales en Japón y a nivel global. Por ejemplo, se podría examinar cómo la representación de temas como la libertad, la justicia y la amistad en *One Piece* ha resonado con diferentes generaciones de lectores a lo largo del tiempo. La producción semanal de capítulos en la revista *Shonen Jump*, combinada con la publicación de volúmenes recopilatorios, crea un ritmo de consumo único que podría analizarse en términos de su impacto en la experiencia de lectura y la formación de comunidades de fans.

En el ámbito de los cómics americanos, la serie *The Walking Dead* de Robert Kirkman, que se publicó de 2003 a 2019, ofrece otro caso interesante para el análisis cronotópico de la recepción. La naturaleza serializada de

la publicación mensual, junto con la adaptación televisiva simultánea, creó un fenómeno transmedia que influyó significativamente en la experiencia de los lectores. Se podría investigar cómo la percepción del apocalipsis zombi evolucionó durante los 16 años de publicación, reflejando los cambios en las ansiedades sociales y políticas de Estados Unidos. La decisión de Kirkman de finalizar la serie de forma inesperada en 2019 también proporciona un punto focal para examinar cómo los lectores procesaron el cierre narrativo después de años de inversión emocional.

El estudio de sagas filmicas desde una perspectiva cronotópica permite analizar cómo la recepción de estas obras evoluciona no sólo a través del tiempo de producción y exhibición, sino también en relación con los cambios socioculturales que ocurren entre cada lanzamiento. Un ejemplo paradigmático es la saga de *Star Wars*, cuya producción se extiende por más de cuatro décadas. El análisis cronotópico podría examinar cómo la recepción de la trilogía original (1977-1983) difiere de las precuelas (1999-2005) y de la trilogía más reciente (2015-2019), considerando los contextos históricos y culturales de cada periodo.

En todos estos casos, el protocolo metodológico puede ser ajustado para abordar las especificidades de cada formato, manteniendo su enfoque en el análisis del tiempo y del espacio en la recepción. Es importante señalar que, al adaptar el protocolo a estos diferentes formatos, los investigadores deben considerar cuidadosamente las características únicas de cada medio y ajustar las preguntas de investigación y las técnicas de recolección de datos en consecuencia. Por ejemplo, en el caso de los videojuegos, podrían incorporarse métodos de observación de la jugabilidad, mientras que para los *podcasts* el análisis de los patrones de escucha podría ser particularmente relevante.

En conclusión, la adaptabilidad de este protocolo metodológico lo convierte en una herramienta accesible para el estudio de la recepción de narrativas seriadas en diversos formatos. Su aplicación en estos diferentes contextos no sólo ampliaría nuestro entendimiento de las prácticas de recepción en cada medio específico, sino que también contribuiría a una comprensión más abrangente de cómo las audiencias contemporáneas navegan y dan sentido a las narrativas seriadas en un paisaje mediático cada vez más convergente y transmediático.

Referencias

- Baccega, M. A. (Ed.). (2015). *Estudos de comunicação e análise discurso: teoria e prática*. Intermeios. FAPESP, ESPM.
- Bakhtin, M. (2014). *Marxismo e filosofia da linguagem*. Hucitec.
- Bakhtin, M. (2018). *Teoria do Romance II: as formas do tempo e do cronotopo*. Editora 34.
- Brandão, H. H. N. (2012). *Introdução à análise do discurso*. Editora Unicamp.
- Charaudeau, P. (2006a). El contrato de comunicación en una perspectiva lingüística: Normas psicosociales y normas discursivas. *Opción*, 22(49), 38-54. ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-15872006000100004
- Charaudeau, P. (2006b). *Discurso das Mídias*. Editora Contexto.
- Fíguro, R. y Grohmann, R. (2017). A recepção serve para pensar: um “lugar” de embates. *Palavra Chave*, 20(1), 142-161. <https://doi.org/10.5294/pacla.2017.20.1.7>
- Hall, S. (2011). *A identidade cultural na pós-modernidade*. DP&A.
- Iser, W. (1978). *The Act of Reading: A Theory of Aesthetic Response*. John Hopkins University Press.
- Jacks, N. A., Libardi, G., y Sifuentes, L. (Eds.). (2024). *Meios e Audiências IV: Continuidades e novos desafios frente à convergência midiática*. Pimenta Cultural.
- Jauss, H. R. (1982). *Toward an Aesthetic of Reception*. University of Minnesota Press.
- Kanyat, L. (2014). *Retratos do brasileiro no imaginário equatoriano: Um estudo de recepção da telenovela Avenida Brasil em Guayaquil* [Tesis de maestría, Escola Superior de Propaganda e Marketing]. Repositório ESPM.
- Kanyat, L. (2022a). Cronotopo da recepção: uma categoria analítica para o estudo de recepção da série *Game of Thrones*. *Revista Geminis*, 13, 203-224. www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/XXX
- Kanyat, L. (2022b). *A produção de sentidos na recepção da série Game of Thrones: um estudo de recepção sobre a construção de vínculos entre sujeitos locais e o produto televisivo global* [Tesis doctoral, Universidade de São Paulo]. Biblioteca Digital USP.
- Kanyat, L. (2023). Cronotopo da recepção: Exploração teórica e empírica do conceito enquanto categoria analítica no estudo de recepção da série *Game of Thrones*. In M. C. P. Mungioli (Org.), *Cronotopo, gêneros e discursos em ficções na TV e no streaming* (pp. 111-144). Pedro & João Editores.

- Laville, C. y Dionne, J. (1999). *A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas*. Ed. da UFMG.
- Lahire, B. (2004). *Retratos sociológicos: disposições e variações individuais*. Artmed.
- Lopes, M. I. V. (2012). *Pesquisa em comunicação*. Editora Loyola.
- Lopes, M. I. V. (2018). A teoria barberiana da comunicação. *MATRIZES*, 12(1), 39-63. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i1p39-63>
- Maingueneau, D. (2005). *Análise de textos de comunicação*. Cortez.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Gustavo Gili.
- Martín-Barbero, J. (2009a). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Editora UFRJ.
- Martín-Barbero, J. (2009b). Desafios políticos da diversidade. *Revista Observatório Itaú Cultural*, (8). d3nv1jy4u7zmsc.cloudfront.net/wp-content/uploads/itau_pdf/001516.pdf
- McGrath, J. E. (1988). *The social psychology of time: New perspectives*. Sage Publications.
- Medina, C. (1990). *Entrevista: O Diálogo Possível*. Ática.
- Morin, E. (1973). A entrevista nas Ciências Sociais, na rádio e na televisão. In A. A. Moles et al., *Linguagem da cultura de massa* (pp. 144-158). Vozes.
- Munglioli, M. C. P. (2008). Enunciação e discurso na telenovela: a construção de um sentido de nacionalidade. In *Anais do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (835-1)*. Intercom. <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0835-1.pdf>.
- Orlandi, E. P. (2015). *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Pontes Editores.
- Pêcheux, M. (1997). *O discurso: estrutura ou acontecimento*. Pontes.
- Poupart, J. (2018). A entrevista de tipo qualitativa: considerações epistemológicas, teóricas e metodológicas. In J. Poupart et al., *A pesquisa qualitativa: Enfoques epistemológicos e metodológicos* (pp. 215-253). Vozes.
- Ribeiro, R., Costa, F. y Matheus-Neto, R. (2024). Ficção Televisiva: um lugar que hoje transita entre as telenovelas e as séries. In N. A. Jacks y G. Libardi (Eds.), *Meios e Audiências IV: Continuidades e novos desafios frente à convergência midiática* (p. 513). Pimenta Cultural.
- Rincón, O. (2019). Ensayos sobre el sensorium contemporáneo, un mapa para investigar la mutación cultural. In N. Jacks, D. Schmitz, y L. Wottrich (Eds.), *Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural: diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero* (pp. 17-24). Ciespal. ciespal.

org/wp-content/uploads/2019/12/Mutaciones_Culturales_APROBADO_05_DIC.pdf

Sánchez, R. V. (2004). Técnica, método y teoría: La entrevista en profundidad en la investigación de la recepción. In *Anais do VII Congresso Latinoamericano de Investigadores de la comunicación-Alaic*. ALAIC.

