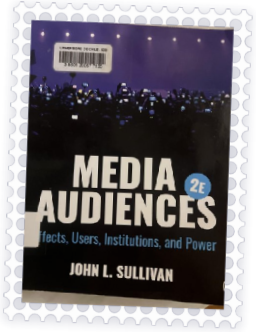
BIBLIOTECA ESPECIALIZADA · 2025 · SANTIAGO · NITS CHILE ·

POR AVIÓN · PAR AVION



FICHA N.º 06 · COMENTARIO

Media Audiences

Effects, Users, Institutions, and Power

John L. Sullivan · SAGE, 2019 · 2.ª ed. · 341 páginas

COMENTA Esperanza Soto Cepeda

El libro *Media Audiences: Effects, Users, Institutions, and Power* de John L. Sullivan ofrece una introducción a los estudios de audiencia dentro del campo de la comunicación y los medios. A lo largo de sus capítulos, el autor desarrolla distintas perspectivas teóricas sobre las audiencias, abordando tanto enfoques clásicos relacionados con los efectos de los medios como perspectivas contemporáneas vinculadas a la participación digital y las comunidades online. Considero como uno de los principales aportes del texto es poder mostrar que las audiencias no son entidades fijas ni homogéneas, sino construcciones históricas y sociales que cambian dependiendo de los contextos culturales, tecnológicos y políticos de cada época.

Desde el inicio, el libro plantea que la idea de audiencia es una abstracción teórica. Esto resulta interesante porque permite comprender que no existe una sola definición de audiencia, sino múltiples formas de entenderla según el momento histórico y las teorías predominantes. Se habla de las audiencias desde Grecia y Roma, donde eran completamente distintas a las audiencias contemporáneas vinculadas a medios digitales y plataformas interactivas. Esta dimensión histórica permite entender que las formas de comunicación y recepción de mensajes están profundamente relacionadas con los cambios sociales y tecnológicos.

El texto también revisa la noción más tradicional de audiencia como receptora de información. Desde esta perspectiva "*information-based*", la audiencia aparece como quien escucha, observa o presta atención a un mensaje emitido por otro actor, siguiendo un modelo clásico de emisor y receptor. Sin embargo, el libro demuestra que esta visión resulta insuficiente para comprender las dinámicas mediáticas actuales, especialmente en un contexto donde las personas no solo reciben contenidos, sino

que también los comentan, reinterpretan y producen. De esta manera, el libro nos enseña sobre la evolución de los estudios de audiencia desde modelos pasivos hacia concepciones mucho más activas y complejas.

Así se abordan perspectivas que entienden a las audiencias como sujetos activos. Como la teoría de usos y gratificaciones que propone que las personas utilizan los medios para satisfacer necesidades específicas, como entretenerse, informarse o generar sentido de pertenencia. Esto representa un cambio importante respecto de los modelos tradicionales centrados únicamente en los efectos de los medios. Sullivan explica que las personas interpretan los contenidos mediáticos desde sus propias experiencias, contextos culturales y posiciones sociales, lo que implica reconocer una mayor capacidad de agencia por parte de las audiencias.

Uno de los capítulos que resultó más interesante fue el relacionado con los fandoms y las subculturas mediáticas. Aunque podemos encontrar en internet la mayoría del material académico. El libro ofrece un recorrido a través de producciones culturales históricas como *Rocky Horror Show* o *Star Wars*, permitiendo a quien lee el comprender cómo los fans han desarrollaron formas de participación. De esta forma, Sullivan muestra distintos acontecimientos donde los fandoms tuvieron poder y capacidad de agencia sobre industrias culturales. Y así se entiende de manera práctica cómo las audiencias pueden subvertir, cambiar o reinterpretar productos culturales según sus propios intereses y deseos.

Este tema también se relaciona con experiencias y observaciones actuales sobre estudios de televisión y teleseries en Chile. Resulta interesante pensar cómo las audiencias reinterpretan contenidos televisivos, generan discusiones en redes sociales y construyen comunidades alrededor de ciertos programas. Actualmente, las audiencias poseen mayores herramientas de expresión debido a las plataformas digitales y redes sociales, lo que permite una interacción inmediata con los medios. Si un canal de televisión transmite un contenido polémico, las audiencias pueden reaccionar instantáneamente a través de comentarios, críticas y campañas online. Esto demuestra que las audiencias contemporáneas poseen niveles de participación mucho más visibles que en décadas anteriores.

El libro también aborda la importancia de los contextos de recepción y los rituales mediáticos. Donde se explica cómo ciertos eventos transmitidos por medios masivos pueden funcionar como experiencias colectivas capaces de reforzar identidades culturales y generar comunidades imaginadas. Esta idea resulta muy interesante al pensar en casos chilenos como la transmisión de la Teletón, el Festival de Viña del Mar o ciertos acontecimientos noticiosos que fueron vividos colectivamente a través de la televisión, como la caída de las Torres Gemelas o la muerte de Felipe Camiroaga. Estos momentos muestran cómo los medios pueden articular emociones colectivas y experiencias compartidas que forman parte de la memoria social.

A pesar de sus múltiples aportes, el texto también presenta algunas limitaciones. Una de las más evidentes es su fuerte enfoque en las audiencias estadounidenses. Muchos ejemplos, casos y contextos responden a experiencias propias de Estados Unidos, lo que puede dificultar cierta identificación para estudiantes chilenos. Aunque los ejemplos utilizados son útiles para explicar conceptos teóricos, faltan referencias más cercanas a contextos locales y latinoamericanos. Sin embargo, esto no impide que las herramientas teóricas propuestas puedan utilizarse para analizar fenómenos mediáticos contemporáneos en otros países.

En términos generales, considero que el libro cumple muy bien su objetivo introductorio. Se trata de un texto académico, pero accesible para estudiantes universitarios, incluso considerando que está escrito en inglés. Además, cada capítulo incluye una amplia bibliografía para profundizar en los temas tratados, lo que resulta especialmente útil para quienes quieran continuar estudiando áreas específicas de los estudios de audiencia. En este sentido, recomendaría el libro principalmente a estudiantes de comunicación, sociología y ciencias sociales interesados en comprender la relación entre medios, poder y cultura digital. Aunque no profundiza completamente en cada temática, ofrece una mirada amplia y ordenada que permite entender la evolución de los estudios de audiencia y su relevancia en el contexto contemporáneo.

COMENTARIO DE

Esperanza Soto Cepeda

Núcleo de Investigación de TV y Sociedad

REFERENCIA

Sullivan, J. L. (2019). *Media audiences: Effects, users, institutions, and power* (2.ª ed.). SAGE.