

*Universidad Nacional Autónoma de México*  
*Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales*  
*Facultad de Ciencias Políticas y Sociales*

*T e s i s*

*“La Comunicación y la Cultura Política. Un acercamiento al estudio de  
la oferta y recepción televisiva en familias pobres en la Ciudad de  
México”*

*Que para obtener el grado de Doctora en Ciencias Políticas y Sociales  
con orientación en Ciencias de la Comunicación*

*Presenta*

*Norma Pareja Sánchez*

*Directora*

*Florence Toussaint Alcaráz*

*México, Ciudad Universitaria, Junio de 2011*



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*El error del intelectual consiste en creer que se pueda saber sin comprender, y especialmente, sin sentir ni ser apasionado (no sólo del saber en sí, sino del objeto del saber), esto es, que el intelectual sólo puede llegar a serlo (no ser un puro pedante) si se distingue y separa del pueblo-nación, esto es no sintiendo las pasiones elementales del pueblo, comprenderlas, explicarlas y justificarlas en una determinada situación histórica relacionándolas dialécticamente con las leyes de la historia, con una superior concepción del mundo elaborada científica y coherentemente: el saber: no se hace política-historia sin esa pasión, sin esta conexión sentimental entre los intelectuales y el pueblo-nación. Si falta ese nexo, las relaciones del intelectual con el pueblo-nación son de tipo puramente burocrático, formal o se reducen a ellas.*

**Antonio Gramsci, “Algunos problemas para el estudio de la filosofía de la praxis”**

*“Mi sombra dice que reírse  
es ver los llantos como mi llanto,  
y me he callado, desesperado,  
y escucho entonces: La tierra llora.*

*La era está pariendo un corazón, no puede más se muere de dolor,  
y hay que acudir corriendo pues se cae el porvenir, en cualquier selva del mundo, en cualquier calle,  
debo dejar la casa y el sillón, la madre vive hasta que muera el sol,  
hay que quemar el cielo si es preciso por vivir, por cualquier hombre y del mundo, por cualquier casa,  
por cualquier casa”*

**Silvio Rodríguez**

***Dedicatoria***

*A Itzel, Sofi y Rubén, los amores de mi vida, mi luz y mi cobijo*

*A mis padres, Loren y Jesús, mi ejemplo y cariño*

*A mi querida Florence, maestra y amiga, mi guía y ejemplo*

*A mi querido Ilya, maestro y amigo*

*In memoriam*

## *Agradecimientos*

A Dios por haberme dado la vida, por darme tantas lecciones cada día, por darme tantas cosas maravillosas y por jamás haberme dejado sola a pesar de cometer tantos errores.

A la Universidad Nacional Autónoma de México,  
Por haberme permitido ingresar a sus filas desde hace siempre,  
Por ser mi *Alma Mater*, por darme tanto como persona y como sujeto social,  
por formarme como individuo reflexivo, crítico, consciente y con el afán de hacer algo por mi país.

A la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales,  
por haberme aceptado cálidamente en sus filas y darme tantas herramientas para la vida.

Al Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales por hacerme partícipe de sus programas de formación de científicos sociales. Al Área de Maestría en Comunicación y Doctorado con orientación en ciencias de la comunicación, a la Dra. Susana González Reyna y a Román Vázquez.

Al CONACYT por haber apoyado mi formación como científico social con toda seriedad y puntualidad.

A la directora de este trabajo, Dra. Florence Toussaint por compartirme su sabiduría con tanto cariño, paciencia y rigor.

A mi comité doctoral Dr. Héctor Tejera Gaona y Dra. Aimée Vega Montiel por sus sabios y muy atinados comentarios a esta investigación.

A los doctores Murilo Kuschick y Luz María Garay Cruz por su acompañamiento puntual, serio y cálido a este trabajo.

Un agradecimiento muy especial al maestro Martín Echeverría por su revisión profunda, minuciosa, exhaustiva de este trabajo, sus comentarios fueron centrales para la concreción del mismo.

Al Dr. Guillermo Orozco primero por su enorme generosidad para hacer pertinentes comentarios a esta investigación y segundo por sus atinadas observaciones

A Rubén, mi amado esposo, compañero, y amigo, por su amor, paciencia, cariño y tolerancia

A las familias que me abrieron sus casas y me permitieron conocerlos para conocer una parte de la realidad y construir conocimiento.

A Guillermo Zamora por su tenaz ejemplo de vida y cariño

## *Índice*

INTRODUCCIÓN .....	1
<i>CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL Y METODOLÓGICO. COMUNICACIÓN Y CULTURA POLÍTICA .....</i>	21
1.1 LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA .....	22
1.1.1 Breve revisión sobre la discusión en torno a la cultura.....	22
1.1.2 El enclave comunicación y cultura .....	35
1.2 LAS APROXIMACIONES A LA CULTURA POLÍTICA. RESCATANDO ELEMENTOS PARA TRAZAR UNA RUTA TEÓRICO-METODOLÓGICA ALTERNA.....	48
1.2.1 La aproximación antropológica a la cultura política, su abordaje conceptual y su metodología .....	53
1.2.2 Los abordajes de la cultura política en la investigación mexicana .....	54
1.3 LA CULTURA POLÍTICA Y LA COMUNICACIÓN. La definición del Objeto de Estudio .....	59
1.3.1 La cultura política y la comunicación política .....	59
<i>CAPÍTULO II. LA TELEVIDENCIA Y EL CONTEXTO. EL ESTUDIO DE LA RECEPCIÓN TELEVISIVA, UNA VENTANA PARA ASOMARSE A LA CULTURA POLÍTICA .....</i>	71
2.1 LA RECEPCIÓN TELEVISIVA Y SU INVESTIGACIÓN.....	71
2.1.1 La vida cotidiana y la televisión.....	72
2.1.2 La familia y la televisión, definiendo al grupo observable .....	76
2.1.2.1 Las familias pobres .....	78
2.2 LA TELEVISIÓN Y LA INFORMACIÓN, LOS SUPERTEMAS EN EL ANÁLISIS INTEGRAL DE LA RECEPCIÓN .....	82
2.3 LA TELEVISIÓN Y LAS TELENÓVELAS. ENTRE LA UTOPIA Y EL IMAGINARIO SOCIAL.....	88

2.3.1 Una breve revisión histórica .....	91
2.3.2 La narrativa visual del México soñado .....	94
2.4 LA POBREZA COMO FUENTE DE <i>MEDIACIÓN</i> DE REFERENCIA EN LA TELEVIDENCIA .....	96
2.4.1 Perspectivas sobre la pobreza .....	98
2.5 VIVIR EN CIUDAD, UNA <i>MEDIACIÓN</i> TERRITORIAL EN LA TELEVIDENCIA .....	103
2.5.1 La ciudad como objeto de estudio, sus definiciones y acercamientos .....	106
2.5.2 Las grandes ciudades en la globalización .....	112
2.5.3 La ciudad y la comunicación, una relación obligada en la globalización y la fragmentación de la sociedad .....	117
2.5.3.1 La definición sociocomunicacional de la ciudad .....	118
2.5.4 La ciudad de México, definición espacial .....	119
<i>CAPÍTULO III. LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA POLÍTICA, LA PROPUESTA TEÓRICO-METODOLÓGICA</i> .....	123
3.1 El modelo teórico-metodológico .....	131
<i>CAPÍTULO IV. ESTUDIO DE CASO. HALLAZGOS DE LA APROXIMACIÓN AL ESTUDIO DE LA OFERTA Y RECEPCIÓN TELEVISIVA CON FAMILIAS POBRES EN LA CIUDAD DE MÉXICO.....</i>	141
4.1 ESTUDIO DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN Y OFERTA PROGRAMÁTICA	
4.1.1 Las políticas de comunicación y los emisores .....	143
4.1.2 La relación del sistema político con el sistema mediático .....	148
4.1.3 Los emisores en la Ciudad de México y su relación con el Estado .....	151
4.1.4 La oferta programática en la televisión abierta en la Ciudad de México (2008) ..	159
4.1.4.1 Metodología del análisis de la oferta programática .....	161
4.1.4.2 Principales resultados .....	161

4.2 HALLAZGOS DE UN ESTUDIO “IN SITU”, LA RECEPCIÓN TELEVISIVA DE LAS FAMILIAS POBRES EN LA CIUDAD DE MÉXICO, LA VENTANA PARA ASOMARSE A LA CULTURA POLÍTICA .....	170
4.2.1 Aproximación metodológica .....	171
4.2.1.1 Dimensiones y categorías de análisis.....	172
4.2.1.2 Técnicas para la exploración .....	174
4.2.2 El marco geográfico .....	180
4.2.2.1 La delegación Gustavo A. Madero .....	180
4.2.2.2 La zona objeto de estudio .....	181
4.2.3 Hallazgos concretos .....	192
4.2.3.1 Los contextos socioculturales .....	192
4.2.3.2 La interacción mediada. La televidencia y la política .....	203
4.2.3.3 Producción de sentido, la cultura política y la televisión .....	208
CONCLUSIONES .....	218
ANEXOS .....	245
Instrumento de recolección	
a. Guía de tópicos .....	245
b. Cuestionario estructurado .....	247
Imágenes de la zona .....	258
FUENTES DE CONSULTA.....	259



## *Introducción*

Esta tesis doctoral trata sobre la relación entre la comunicación y la cultura política desde una perspectiva sociocultural. Nuestro trabajo busca, en primera instancia, redefinir en términos amplios esta conexión, tradicionalmente limitada a la esfera cívica y al plano normativo. Se busca comprender el proceso de construcción de la cultura política desde el escenario de los sujetos sociales con sus particularidades a través de la interacción de estos en su experiencia social con las visiones del mundo vertidas en los medios masivos de comunicación. Hay que decir que en este trabajo la cultura política es vista como un proceso de atribución de significados en torno a la estructura del poder, en un contexto de lucha trazado por relaciones de poder y de conflicto<sup>1</sup>, en el que la comunicación juega un papel central en la transmisión de las formas simbólicas, la ideología y la búsqueda de la hegemonía; y en la recepción, apropiación y resignificación de las mismas.

Debido a la amplitud que esta tarea implica se realizó un trabajo empírico extenso que combinó la metodología cualitativa con la cuantitativa, así como investigación documental y fuentes históricas, para explorar rasgos sustanciales en los medios de comunicación (en particular la televisión) por ser históricamente tanto vehículos de la comunicación generada desde el Estado, como por ser ellos mismos actores clave en la construcción de una hegemonía con sus propios intereses, patrones y formatos para comunicar. Dicha afirmación se sustenta en la histórica relación de la televisión en México con el Estado, una relación simbiótica, que si bien en la actualidad comienza a adquirir rasgos más tendientes a la mercantilización, no deja de ser clave para entender el modelo de la oferta televisiva con una amplia predominancia al entretenimiento, y una marginal presencia de géneros educativo-culturales.

Así mismo, se rastreó en un grupo social el proceso de recepción a fin de adentrarse a lo que ahí sucede, en un entorno con características contextuales muy particulares, para describir el papel de la comunicación en la construcción de su cultura política. La penetración en el escenario de los sujetos sociales permitió conocer las mediaciones de que son objeto día a día

---

<sup>1</sup> Esta noción de conflicto proviene de la perspectiva marxista e implica un antagonismo propio del capitalismo fundamentado en las relaciones de producción, mismo que se atenúa mediante formas ideológicas y la búsqueda de la hegemonía (siguiendo a Gramsci como la dirección política que prioriza al consenso sobre la fuerza).

en su interacción televisiva, el modo en que ésta los sigue definiendo como sujetos y como ello se imbrica con sus prácticas diarias donde son parte de una sociedad.

Cabe decir que la propia investigación de campo abrió algunas vetas de análisis y develó que la exploración hecha requería una penetración mucho más amplia y profunda, sobre todo en el ámbito de la recepción para evitar dar cuenta de procesos de resignificación, reapropiación y resistencia de la audiencia más como una aspiración política que como una descripción científica, por lo tanto, en ese sentido esta tesis resulta limitada pues se requiere de la aplicación de varias técnicas más, así como de una labor etnográfica más amplia, para lograr un trabajo empírico exhaustivo que aporte mayores elementos de información.

Derivado de la pesquisa se construyó un modelo teórico-metodológico que posibilitará dar continuidad a las líneas trazadas aquí. Hay que apuntar que en dicho modelo no se consideran categorías como participación política ni socialización política tradicionalmente vinculadas al estudio de la cultura política en una óptica individual, en tanto que el objetivo general de la investigación se limita a trazar la relación entre cultura política y comunicación a nivel general, además posee una perspectiva sociocultural que explora el contexto de interacción de los sujetos sociales en su vida cotidiana.

Por otro lado, hay que señalar que indicadores de carácter cuantitativo fueron los que motivaron al acercamiento y construcción del objeto de estudio, se trata del alto consumo de noticieros y telenovelas en México, pues no sólo las distintas series de la Encuesta Nacional de Cultura Política y Prácticas Ciudadanas de la Secretaría de Gobernación (2001, 2003, 2005 y 2008), han dado cuenta del importante índice de penetración de los noticieros televisivos en los hogares mexicanos como fuente de información política, también otras investigaciones como la Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Culturales (2004 y 2010) del CONACULTA<sup>2</sup>, y los *ratings* de IBOPE-AGB coinciden en ello. Lo mismo ocurre con los altos niveles de audiencia que alcanza y que ha alcanzado históricamente la telenovela como género televisivo en México<sup>3</sup>. Debe puntualizarse que en este trabajo se partió de la premisa de que la telenovela es un formato susceptible de lectura

---

<sup>2</sup> En la edición más reciente, 2010, CONACULTA da cuenta de que en México el 90% de la población entrevistada (32, 000 personas mayores de 13 años) ve televisión, de ellos el 40% lo hace por más de dos horas; y prácticamente una cuarta parte, 23% ve noticieros, índice ligeramente superior al de telenovelas que son vistas por una de cada cinco personas, 21%. (CONACULTA, 2010)

<sup>3</sup> De acuerdo con IBOPE entre los 7 programas más vistos en la televisión mexicana en señal abierta en febrero de 2011, figuran 6 telenovelas, (“Una familia con suerte”, alcanzó 25.88 pts de rating en todos los horarios. IBOPE/AGB México (2011), *Top Ten*, febrero, en <https://www.ibopeagb.com.mx/biblioteca/topten.php>, acceso abril de 2011.

política en tanto es una visión del mundo cuyo contenido corre entre los ejes de la ficción y la realidad, se niega el conflicto simbólico entre clases sociales al articularlas armónicamente y descontextualiza la realidad despojándola de rasgos y problemáticas sociales; al mismo tiempo condensa aspiraciones y utopías en la audiencia, el clásico relato de “La Cenicienta” no está desprovisto del elemento de crítica y ansia social, de la inquietud por la exploración de mejores horizontes de vida que el melodrama recrea sin recuperar el conflicto de clases, lo desmitifica, lo anula; no obstante la audiencia se encuentra con el melodrama y a través de él potencializa su utopía, construye y reconstruye *imaginarios sociales*, ello puede traducirse, sin lugar a dudas en una dimensión subjetiva de la cultura política. No obstante que la exploración empírica en este aspecto dejó pocos rastros de esa lectura, sí abre una línea de investigación sólida que requiere mayor profundidad.

Recuperando la importancia de los indicadores duros sobre la penetración de las telenovelas y noticieros en los hogares mexicanos como parte del objeto de estudio, se hizo evidente la necesidad de buscar las razones del consumo de noticieros y telenovelas para explorar las concepciones en torno a la estructura del poder y a la toma de decisiones que la audiencia construye en su interacción diaria y cotidiana con esos contenidos televisivos. Para aproximarse al consumo televisivo y a las prácticas de resistencia a los discursos del poder, en la vida cotidiana se partió de las observaciones teóricas y empíricas de esa categoría asumiendo que en ella se llevan a cabo prácticas de resistencia, resignificación y reapropiación de los discursos del poder político y económico.

A su vez, esa incursión nos obligó a explorar las *mediaciones* de que son objeto nuestros sujetos para comprender como el contexto participa en la manera en como se configura la relación con los significados políticos, en particular aquellos que son atravesados por una *mediación* tecnológica, que en mucho contribuye en el propio proceso de construcción de significados en la audiencia. Esta influencia es imposible de cuantificar, pero se verá en este trabajo, su importancia al estar imbricada en diversas prácticas sociales en la vida cotidiana, al ser parte de distintas prácticas culturales. Nos enfocamos al estudio de familias pobres para penetrar en su particular interacción y construcción de significados, dada su vulnerabilidad social, política, económica, sus necesidades así como su obligada dependencia con el Estado para la consecución de servicios y equipamiento urbano, dimensión central en su relación con el desempeño del Estado en su versión local. Y se encuentra aquí una combinación de interacciones mediadas y no mediadas con el Estado. Esta exploración

ratifica que puede hablarse de una cultura política como proceso y acción general, pero también de distintas culturas políticas que dependen de los contextos, experiencias sociales con el Estado y la interacción con los medios masivos de comunicación.

Se originó entonces una hipótesis que sostiene que la comunicación mediada, en particular la que se construye en noticieros y telenovelas, se enlaza a los *imaginarios sociales* que familias pobres construyen en virtud de su contexto sociohistórico, de sus *mediaciones*: su posición en la escala social y su ubicación geográfica en una zona periférica, a la vez reflejo de una marginalidad vinculada a la exclusión; y que ello forma parte del proceso de construcción de significados en torno a lo político, a la estructura del poder; a la construcción de su cultura política.

En ese sentido, este trabajo sostiene que los rasgos de la clase social y la ubicación geográfica, se traducen en *mediaciones* que dialécticamente participan en el proceso de recepción que trasciende el momento de estar frente a la pantalla y se vincula a otras prácticas culturales en la vida cotidiana, por tanto, se asume que el contexto y las interacciones son elementos clave para la dinámica cultural en su conjunto y en el ámbito de la política.

La ubicación geográfica, en particular en la ciudad, cobra importancia en este análisis si se toma en cuenta que ésta ha sido parte de las transformaciones mundiales producto de la evolución del capitalismo y de su propia historia, así como de modificaciones derivadas de procesos de cambio social donde los medios de comunicación se insertan en la vida cotidiana y son actores políticos clave, sobre todo en los últimos años, pero también partícipes de los procesos de acumulación de capital y concentración económica, en especial los electrónicos.

Por su parte, la clase social es como señala E.P. Thompson, primeramente es un fenómeno histórico y luego un espacio desde donde se experimenta la existencia social. Ambos, el espacio geográfico y el social, definen un contexto desde donde se construye el sentido, acá la perspectiva culturalista define un marco analítico amplio. Se eligió como grupo social observable a familias pobres partiendo de este enfoque. Las familias que viven en la pobreza se constituyen en una clase social cuya experiencia define ampliamente su concepción de lo político, se enfrentan día a día a las consecuencias de un Estado que sólo palia la pobreza y no la combate estructuralmente, a una clase política que plantea ofertas políticas atractivas y

necesarias, a gestores de las políticas públicas con una enorme deficiencia, etc., así como discursos televisivos que construyen poco sus nociones de ciudadanía.

Se entiende que la relación de familias pobres en la ciudad de México con telenovelas y noticieros televisivos se establece a partir de la conjugación de varias dimensiones: el imaginario social, los simbolismos, las matrices culturales de la sociedad y la pertenencia a un espacio urbano, en este proceso la *mediación* tecnológica ocupa un lugar central sobre todo la televisiva; y como parte de este conjunto, se generan nuevas prácticas de apropiación y resignificación. En esta lógica, la recepción televisiva es vista como una práctica social y político cultural derivada de *mediaciones* institucionales y económicas, se constituye como un proceso en el que la simbolización de lo político se realiza en la vida cotidiana, por ello es clave para la comprensión de su papel en la construcción y atribución de significados en lo político.

Acorde con esta perspectiva teórica se considera clave la fuente de las significaciones vertidas en noticieros y telenovelas, pues como parte de un proceso amplio, estos son formatos que condensan concepciones del mundo de grupos en el poder, sobre todo económico, político y simbólico. Siguiendo a Bourdieu (1984) hay que decir que el mundo de las significaciones constituye a la cultura, esas relaciones son capaces de organizar la vida social. Estas significaciones mediadas son un marco de referencia importante para este grupo observable, pues su escaso capital cultural y económico limita las posibilidades de acceso a otras fuentes de significaciones políticas, además de que la práctica de ver televisión organiza en buena medida su vida social.

En ese sentido, también se hace necesario estudiar al emisor, a las industrias culturales, asumiendo la necesidad de estudiar la totalidad social sobre todo por el papel que juegan las distintas instituciones gubernamentales y mercantiles en la producción, distribución e intercambio de productos culturales y su importancia como actores en la reproducción de una ideología y en la transmisión cultural, por lo que se parte de una revisión histórica que contempla la estructura económica, políticas de comunicación y oferta programática, pues posibilita acercarse a dimensionar el marco de referencia con que los receptores del grupo social observado, cuentan, mismo que por la composición del mercado audiovisual mexicano es limitado en tanto éste muestra altos niveles de concentración.

No obstante hay que decir que la presencia cada vez mayor de los medios en la esfera pública como producto del desarrollo de las comunicaciones, así como en la esfera privada, y como

punto entre ambas, constituyen un objeto de estudio que permite identificar aristas en muchas direcciones.

Un ámbito concreto es el de la política, la presencia de los medios de comunicación ha generado la “mediatización del espacio público” (Ferry 1995), la idea de que lo fundamental de la política moderna se organiza en torno a la comunicación política a través del papel de los medios (Wolton, 1995), y la resignificación de la política a partir de los medios (Fuenzalida, 2004); conforman una serie de reflexiones que debe ser tomada en cuenta.

El estudio de la comunicación ha buscado desentrañar la relación de los medios de comunicación con las sociedades modernas sobre todo en la dimensión política y cultural. Desde distintas perspectivas el factor común ha sido entender la inserción de los medios en las condiciones en que la sociedad se ha allegado de artefactos tecnológicos que “generan” determinadas conductas y comportamientos a partir de una serie de mensajes, pero también como estos artefactos tecnológicos definen prácticas culturales que se articulan en el plano simbólico y hasta ritual.

En principio, la investigación buscaba encontrar elementos que hicieran a la comunicación un proceso más eficiente como herramienta de dinamismo en momentos políticos coyunturales, sobre todo en la guerra, posteriormente se supo que había factores que dificultaban o afectaban la eficiencia de los esfuerzos comunicativos y más tarde, desde una perspectiva crítica y como una vuelta a las perspectivas que daban por sentado efectos directos y homogéneos de la comunicación, se habló de sujetos manipulados por una cultura degradada. No obstante el propio desarrollo de la investigación en comunicación ha identificado una alta complejidad en los procesos de interacción comunicativa, a partir de una serie de factores que intervienen en el “proceso” de la comunicación desde la óptica crítica integral y otra que considera los factores culturales como el contexto y las mediaciones derivados del mismo.

Las explicaciones aún son insuficientes, pues el reto contemporáneo es desentrañar el proceso de la comunicación tomando en cuenta factores que se interrelacionan entre sí, siguiendo el desarrollo de la sociedad; a este desafío científico se agrega el considerar conjuntos mediáticos, nuevas prácticas y hábitos, nuevas interrelaciones y cambios en los mecanismos del modo de producción.

El factor que implica mayor dificultad en la investigación moderna es que, una vez salvados los extremos que presuponían tanto el *individualismo espontaneista* del positivismo

norteamericano como el *determinismo reduccionista* del marxismo, se hace necesaria una mirada de conjunto del proceso de la comunicación como lo concibiera Aristóteles (emisor-mensaje-receptor), con los elementos agregados que se han analizado hasta el momento: emisor-industria cultural, mensaje-producto cultural/vehículo de expresión y reapropiación, y receptor-sujeto activo. El proceso de comunicación parece oscilar entre estos extremos, supeditado a las condiciones estructurales del sistema económico, y la búsqueda por la hegemonía que ello implica, así como la libertad que el propio sistema clama sobre el individuo como sujeto activo y la posibilidad de reapropiación de los productos culturales, lo que involucra por un lado, una dimensión política del proceso, y por el otro, un análisis mucho más minucioso y complejo a partir de la cultura.

En el estado actual de la investigación en comunicación la perspectiva culturalista ha sido fructífera para explicar las interacciones de los sujetos con los distintos medios de comunicación, las prácticas derivadas de ellas que atraviesan el plano simbólico en la producción de sentido. El enclave científico de la Comunicación y la Cultura encuentra sus orígenes en los Estudios Culturales en la Escuela de Birmingham en Inglaterra, y en América Latina se hace más claro con las reflexiones de Jesús Martín Barbero, entre otros, que en 1987 publica el texto emblemático *De los medios a las mediaciones*, donde plantea que la búsqueda por una mejor aproximación a la comunicación tomó como eje a la cultura, se entendió a ésta como el espacio donde se producen los fenómenos comunicativos, desde los grupos de poder, en términos de la búsqueda de la hegemonía, así como de la capacidad comunicativa de la sociedad.

Se hizo patente la convicción de que no es posible estudiar y entender la comunicación fuera de la creación cultural, ni la cultura fuera de la comunicación y los medios, las categorías de ideología y hegemonía cobraron nuevas dimensiones y la investigación de la comunicación desde los estudios culturales se hizo más amplia. La recepción, entonces, adquiere un interés primordial como ámbito de investigación que permite explorar la cultura y la comunicación de manera conjunta (Orozco, 2001).

Los procesos de recepción mediática rebasan la mera exposición, y por tanto, no están circunscritos al momento específico de vinculación directa entre los sujetos receptores y los referentes mediáticos, sino que transcurren a lo largo de varios escenarios y en prácticas específicas, en los que a su vez acontece la agencia cotidiana de diferentes segmentos de audiencia: hogar, escuela, lugar de trabajo, barrio, lugares públicos, lugar de juegos, etc.,

(Orozco, 2001); por tanto es posible e importante indagar como se intercambian apropiaciones mediáticas, se producen y re-producen nuevos significados entre los sujetos sociales miembros de la audiencia y se usan los referentes mediáticos en la vida cotidiana, en la interacción con las instituciones del Estado y como estos se mezclan con las utopías y expectativas de la audiencia.

La investigación en comunicación ha permitido identificar que en la actualidad los medios masivos de comunicación juegan un rol muy importante en la vida de los sujetos dado que la evolución de la sociedad se orienta en mucho hacia lo tecnológico y en ese ámbito hay una reiterada relación de símbolos, sobre todo por su participación en la transmisión cultural.

De ahí la vinculación del estudio de las prácticas comunicativas con un concepto articulado originalmente en la ciencia política y explorado fértilmente en la antropología, la cultura política. Éste concepto ha asumido un sitio protagónico en las discusiones políticas y académicas en torno a la democracia, a partir de los cambios que se han vivido en los últimos años en nuestro país. En general, su estudio se centra en su funcionalidad para la consolidación de la democracia como meros vehículos que posibilitan el acceso de mayor información para el ciudadano y en la educación cívica. No obstante hay perspectivas que buscan comprender su construcción, y su abordaje la ubica como un campo de relaciones sociales donde los ciudadanos realizan una valoración de la política (Tejera, 2010), la comprenden y puede agregarse, la viven y la hacen parte de sus prácticas cotidianas.

Los medios de comunicación sustituyen algunas formas tradicionales de relación en las redes sociales, la oralidad en contextos compartidos físicamente (Goffman, 1976, 1991) cede su espacio a contextos mediados, y nuevas formas de interacción (Thompson, 1998, 2002), en las cuales los sujetos y grupos observan una realidad política a la que antes era imposible acceder. Más aún, los medios se conforman como artefactos tecnológicos que no sólo responden a la innovación y a la posibilidad de mirar mundos remotos, sino que en su contenido transmiten pautas, estereotipos, realidades construidas, valores y discursos de poder de actores políticos y de la cultura legítima. En sus distintos géneros y formatos, los medios se constituyen objetos para diversión, entretenimiento, sueños y fantasías, las telenovelas muestran una visión del mundo en la que el ascenso social es posible y sin conflicto; este género en particular tiene la capacidad de transportar a la audiencia a situaciones y experiencia deseadas a nivel de fantasías donde se pone en juego la afectividad (Aguilar, Rosas y Vázquez, 1995). En ellos transitan discursos provistos de un carácter



simbólico compartido, que son rechazados, negociados o apropiados, porque forman parte de una misma cultura en la que los discursos chocan entre sí, se mezclan y se rechazan, se resignifican, pues existen en ellos distintos actores como parte de la vida cotidiana.

En ese punto confluyen la comunicación y la cultura política pues como Calles Santillana ha señalado, “La cultura política se construye en los micromundos de los valores y las experiencias cotidianas de la gente. El consumo de medios de comunicación, en tanto práctica que absorbe gran parte del tiempo y reclama mucha atención de los ciudadanos, constituye uno de los más importantes micromundos en los que la cultura política se reconstruye permanentemente” (1999: 59).

En ese panorama, la pregunta que movió este trabajo de investigación fue ¿De qué manera la oferta y recepción de telenovelas y noticieros televisivos participa en la construcción de la cultura política de familias pobres en la Ciudad de México? Y trata de indagar la relación compleja entre la comunicación, no sólo la que circula entre las industrias mediáticas y los receptores, y la que se da entre éstos a partir de la misma y que es contrastada y relacionada en la vida cotidiana con las prácticas y vínculos institucionales y de poder.

Para dar respuesta a este marco epistémico se planteó como objetivo general de la investigación el identificar y analizar los modos en que las telenovelas y los noticieros televisivos transmitidos en señal abierta son apropiados y resignificados por familias pobres en la Ciudad de México a partir de su contexto, en la construcción de su cultura política.

Las metas específicas que se definieron para ello tiene que ver con:

1. Redefinir la relación entre la comunicación y la cultura política que rebase el vínculo funcional tradicionalmente definido entre ambos como campos de estudio y como procesos sociales.
2. Analizar el modelo de programación de la oferta televisiva en señal abierta de las industrias culturales en la Ciudad de México, en su dimensión histórica, política y económica.
3. Analizar la relación de las industrias culturales con el sistema político mexicano, las políticas de comunicación que se han derivado y la oferta programática en señal abierta.
4. Entender como el contexto social y estructural definido en la clase social se constituye como una *mediación* desde la cual se produce el sentido sobre las visiones del mundo a través de las telenovelas y los noticieros televisivos.

5. Identificar los modos en que familias pobres en la ciudad de México interactúan con los contenidos de telenovelas y noticieros televisivos como parte del proceso de atribución de significados en torno a lo político.
6. Explorar el modo en que las telenovelas y los noticieros televisivos contribuyen a conformar referentes sobre la vida social a partir de su presencia en la vida cotidiana en el ámbito doméstico como parte de la generación de significaciones políticas de familias pobres.
7. Comprender la importancia de la recepción televisiva en el hogar como momento de interacción entre las visiones del mundo que se proponen en noticieros y telenovelas con las vivencias cotidianas de familias pobres en la ciudad de México.
8. Analizar como el contexto urbano constituye un marco de vivencias y un escenario, que participa de manera muy específica el proceso de construcción de significados en torno a lo político para familias pobres, constituyéndose como una *mediación*.

Ese desafío epistemológico requirió tanto de un marco teórico ecléctico y una perspectiva transdisciplinar, como de una estrategia metodológica en varios momentos.

En el plano teórico se hizo necesario contar con el apoyo referencial de Clifford Geertz y la antropología culturalista para adoptar una perspectiva interpretativa, en tanto que la investigación en comunicación con la recepción integral de la comunicación y los estudios culturales, abonaron elementos en el mismo sentido, de ahí que la perspectiva fuera transdisciplinar, se parte además de una mirada de conjunto, de observar la totalidad en que se articulan los distintos procesos. Derivado de ello se hace necesario encontrar las claves empíricas en el estudio crítico de la *televidencia* y la recepción a partir del concepto de *mediaciones* de Jesús Martín-Barbero y del modelo de *multimediaciones* de Guillermo Orozco. Ambos planteamientos con una perspectiva latinoamericana que implica considerar elementos particulares de contextos sociohistórico en la región, de modo que estas claves nos permitan penetrar en significaciones y estructuras específicas.

La confluencia de los marcos epistemológicos de la hermenéutica, la antropología, y los de la comunicación como el análisis integral de la recepción, los estudios culturales, el pensamiento latinoamericano y la economía política, permitió problematizar como la interacción de sujetos sociales, agrupados en la comunidad interpretativa de familia, en determinado contexto económico y geográfico, con los géneros telenovela y noticiero a

través de la oferta programática determinada por grupos de poder político y simbólico; es parte del proceso en el que se construyen las significaciones en torno a la estructura del poder, lo que aquí entenderemos como la cultura política de la que más ampliamente se discute en este trabajo. No obstante, hay que decir aquí que la cultura política se entiende también como una combinación de pensar, sentir y actuar en torno al poder y la toma de decisiones, a partir de una interiorización y socialización en un proceso compartido y dialéctico dentro de una lógica cultural que parte de un intercambio y transmisión generacional de signos y símbolos comunes en un contexto determinado, que deriva en la atribución de significados a las prácticas sociales insertas en él. En esta atribución hay una lucha simbólica en el imponer y resistir sobre una concepción del mundo. La lucha por la atribución de significados se genera en escenarios mediados y no mediados, y está, como señala Dagnino (en Tejera 2008: 21), en todas las prácticas sociales.

Como se ha dicho, los géneros en los que se centra la indagación, telenovelas y noticieros, resultan claves para acceder al cruce de la comunicación con la cultura política dada su importancia, del primero como producto cultural, pues posee gran trascendencia en nuestro país en términos de consumo, pues históricamente ha recreado las matrices culturales de la región y su consumo está trazado por la necesidad de conocer un mundo distante, experiencias compartidas y la posibilidad de la felicidad.

En lo que respecta al noticiario televisivo como se decía antes, se consolida como la principal fuente por la que se informan de política los mexicanos, de acuerdo a la última Encuesta de Cultura Política (2008), además como este trabajo dejó ver, representa para la audiencia la posibilidad de observar paso a paso las prácticas del poder en la espera de encontrar cambios en el acontecer nacional, en la conformación de expectativas y construcción de utopías. Vale decir que en realidad los medios sólo muestran una parte de estas prácticas, y cuentan o muestran su versión de acuerdo a sus políticas e intereses, no obstante en este trabajo veremos producto de la investigación empírica que por lo menos el grupo social observado, encuentra en los noticieros la posibilidad de monitorear lo que sucede “allá arriba” con la esperanza de encontrar un cambio.

Por otro lado, el escenario que posibilitó la investigación fue el entorno doméstico, pues es el centro de la vida cotidiana y es donde se construye el sentido de lo social Heller (1985) y donde se dan prácticas diarias de resistencia al poder (De Certeau, 1990), el simbolismo y los valores, los cuales se expresan en prácticas, relaciones directamente vinculadas a lo político.

A partir de los ochentas hacia acá la investigación de la comunicación ha logrado establecer que el ámbito doméstico es privilegiado para conocer una dimensión del comportamiento social a partir de las interacciones comunicativas con los distintos medios de comunicación. La televisión, el medio de mayor penetración, ofrece un menú intensamente demandado por las audiencias constituyéndose como aquel con el que se interactúa más frecuentemente, y sobre todo que es capaz de aglutinar a la familia entera proveyendo materia prima para conversaciones domésticas y sociales entre la realidad y la ficción. Las conversaciones, la relación familiar, las rutinas, la educación informal, transcurren en la cotidianidad donde los símbolos, los esquemas de acción y los discursos del poder cobran diversos sentidos.

La familia como grupo primario posee como principal función la socialización de los significados propios de la cultura, es además el referente social de mayor cercanía. Justo ahí es donde se identifica al grupo observable, familias pobres en la Ciudad de México, cuyos rasgos más destacados fueron las condiciones de pobreza llamada multidimensional como aquella que implica una serie de carencias específicas, entre ellas la patrimonial, pues su segundo rasgo destacado es que al carecer de vivienda, formaron parte de un proceso de urbanización popular en espacios públicos, viven asentados en una franja a orillas de un canal de aguas negras entubado. Ambas circunstancias les confieren la pertenencia a una clase social ubicada en la jerarquía más baja, así como una ubicación geográfica que condensa las contradicciones del capitalismo.

Esta circunstancia se supuso también clave, dado que la pobreza como una condición social en la que la escasez de recursos genera una lucha constante por la sobrevivencia, confiere rasgos de experiencia social muy particulares en el momento de interactuar con múltiples discursos: los del aparato del Estado en sus distintas formas de intervención entre ellas las que circulan por los medios de comunicación, las de los propios medios como actores políticos y las de diversos actores sociales; y que sin duda tiene una relación estrecha con la pertenencia de clase, dado que estas familias no poseen medios de producción, o bien su posesión es muy limitada, sólo como base para la subsistencia. Ello sin duda configura una mediación estructural en el proceso de recepción televisiva. Así mismo se consideró pertinente visibilizar el fenómeno de la pobreza y las prácticas que se derivan en ese contexto, sobre todo porque es una condición histórica, real y creciente en México y en toda América Latina.

### *Estrategia teórico-metodológica para construir datos empíricos*

El plano de investigación requirió varios momentos pues en este trabajo confluyen distintos cruces de estudio de la comunicación tales como recepción de noticias, recepción de telenovelas, recepción y cultura, con la exploración del cruce recepción-ciudad; recepción e instituciones. La temporalidad de la investigación de campo permitió de esta manera indagar algunos aspectos de la recepción de campañas políticas<sup>4</sup>.

Bajo este panorama se hizo necesario hacer un análisis de los emisores, de los medios y de los receptores. Se consideró pertinente indagar y profundizar en el estatus de la sociedad, que dividida en clases sociales, define estructuras que son parte de los procesos de mediación en la cultura y en los procesos y prácticas políticas. Como señala García Canclini (1984:17), para conocer a las clases sociales no es suficiente establecer cómo participan en las relaciones de producción; también constituye el modo de ser de una clase o una fracción de clase, el barrio en que viven sus miembros, la escuela a la que envían a sus hijos, los lugares a los que van de vacaciones, lo que comen y la manera en que lo comen, estas prácticas culturales son más que rasgos complementarios o consecuencias secundarias de su ubicación en el proceso productivo; componen un conjunto de “características auxiliares que a modo de exigencias tácitas, pueden funcionar como principios de selección o de exclusión reales sin ser jamás formalmente enunciadas (es el caso de la pertenencia étnica o sexual). Esa visión define la importancia de enfocarse al estudio de las prácticas comunicativas de familias pobres, pues a partir del concepto de *habitus* de Pierre Bourdieu, es posible entender el consumo cultural, en específico el mediático, de estas familias como parte de sus *disposiciones*, la forma de ver televisión, los programas que se ven, cómo se ven, etc, forman parte de ello.

Las Ciencias Sociales son fácticas, su materia prima es la realidad cuya asequibilidad es posible mediante la construcción de símbolos que la vuelven reconstruible. En esta condición, el diseño metodológico de un trabajo de investigación se hace necesario a fin de establecer una ruta para acercarse a un fenómeno social determinado, éste debe considerar

---

<sup>4</sup> Las campañas político electorales, llamadas “intermedias”, dieron inicio el 3 de mayo, en ellas se renovó la Cámara de Diputados, seis gobernadores, seiscientos seis ayuntamientos, once congresos locales, dieciséis jefaturas delegacionales y la representación en la Asamblea Legislativa en el Distrito Federal. El proceso se realizó el 5 de julio, los comicios federales y en 11 entidades de la República; y el 18 de octubre en otros dos estados. El 5 de julio además se eligieron en 10 estados (Campeche, Colima, Nuevo León, Querétaro, San Luis Potosí, Sonora, Guanajuato, Jalisco, México y Morelos) ayuntamientos y congresos locales, y en los primeros seis, gobernadores.

tanto el modo de acercarse como las herramientas para ello. De este modo se desprende una propuesta teórico-metodológica que a partir de la concepción de la comunicación y la cultura antes señalada, explore de manera integral dos dimensiones de nuestro objeto de estudio, la relación de la comunicación y la cultura política, en específico la recepción televisiva de familias pobres y su vinculación a los procesos de construcción de la cultura política. Esta propuesta reflexiva sobre la relación de cultura política y la comunicación adquirió contenido y forma a partir del trabajo de campo, por ende se analiza el proceso de la comunicación en el ámbito del emisor y del receptor.

Ello configuró el siguiente plan de investigación:

A. La industria cultural: el emisor conforma una *mediación* tecnológica, por tanto se realiza un análisis institucional particularmente de la oferta programática, ésta en tres sentidos:

- Relación histórica con el sistema político mexicano
- Políticas de comunicación y programación (géneros predominantes)
- Oferta programática

La metodología de que se utilizó en esta parte fue documental y cuantitativa

- Cuantificación de títulos, géneros y macrogéneros
- Revisión de la investigación especializada sobre el tema

B. Grupo social: El ámbito del receptor implica una serie de *mediaciones* de referencia, el sujeto, en su contexto a partir de la:

- Clase social
  - Pautas de consumo de telenovelas y noticieros
  - Interacción familiar
  - Integración a la vida cotidiana
  - Concepción sobre la televisión
  - Percepción sobre la política y sociedad
  - Contenidos y redes sociales
  - Organización social de tiempo y espacio
- Ubicación geográfica
  - Triada espacio geográfico-consumo televisivo-experiencia institucional en el ámbito local
- Comunidad de apropiación, la familia

Para ello la metodología empleada fue cualitativa a partir de:

- Etnografía y Entrevistas en profundidad

El análisis de esos dos objetos se acompañó con una organización del tiempo<sup>5</sup> de la investigación con un corte diacrónico que contempló la historia de la relación entre el sistema político mexicano y las industrias culturales; y un corte sincrónico en un momento del proceso de recepción de familias pobres en la Ciudad de México durante las campañas políticas de 2009.

### *La Estructura del trabajo*

Para este cometido la estructura del trabajo consta de cuatro partes. Las dos primeras, constituyen el marco teórico de la investigación, a fin de definir las claves teóricas, los referentes y las herramientas conceptuales que harían posible un análisis situado en los estudios culturales y el análisis integral de la recepción, la tercera es el corazón del trabajo, la articulación de una propuesta teórico-metodológica. En el capítulo final se presentan los resultados del trabajo empírico derivados de la aplicación de nuestra propuesta.

En la primera parte se revisa teóricamente la relación entre comunicación y cultura política, a fin de construir un marco interpretativo en el que se contemplen esas perspectivas desde una mirada constructivista<sup>6</sup>. El entrecruzamiento de varios conceptos nos permite construir una perspectiva teórica multidimensional que busca aportar conocimientos nuevos desde un ángulo muy concreto, el de las audiencias televisivas en el hogar y la relación que éste guarda con su comportamiento, prácticas políticas, expectativas y transmisión de valores y rasgos culturales.

En este primer capítulo se establece la ruta histórica para llegar a la definición sistemática donde se acepta que la comunicación está inserta en la cultura, entendiendo a ésta como un concepto amplio y estructurador, y que ambas son parte de procesos sociales en los que la política se encuentra intrínsecamente ligada, sobre todo a partir de la consideración

---

<sup>5</sup> Los conceptos de diacronía y sincronía fueron esbozados por Saussure (1983) y retomados por Barthes (1986) posteriormente. El estudio diacrónico se concentra en la evolución de la categoría a lo largo del tiempo, es un estudio transversal; el estudio sincrónico contempla el comportamiento en un momento específico, en un momento dado de la categoría de análisis.

<sup>6</sup> A partir de la perspectiva de Bourdieu (2002) sobre la génesis social de una parte de los esquemas de percepción de pensamiento y acción que son constitutivos de lo que llama *habitus*, y por otra parte estructuras, y en particular campos y grupos, especialmente de clases sociales. Así mismo integra planteamientos de carácter hermenéutico, donde el investigador construye conocimiento a partir de una comprensión fenomenológica de lo particular. E incluso se abandona la visión normativa (Fuenzalida, 2002) de carácter filosófico, teológico o ideológico.

foucaultiana y gramsciana sobre las relaciones de poder y de conflicto. En esta revisión resulta clave el pensamiento de Pierre Bourdieu sobre la sociedad y la cultura, en especial su concepto de *habitus* es fundamental para entender las *disposiciones* de los sujetos a partir de su posición en la sociedad, en particular en las distintas clases sociales. Hay que decir que la propia investigación nos condujo a buscar y encontrar estas claves macroestructurales del marxismo contemporáneo en el pensamiento de Bourdieu, pues nuestro grupo observable para el estudio de la recepción pertenece a la clase baja y sus prácticas de consumo cultural se ubican como parte de estas *disposiciones* que Bourdieu define como formas de pensar, de percibir, de ver, de dividir y de evaluar, necesidades, capacidades, etc., que sean semejantes en una clase social y definidas por el modo de producción.

Este apartado lleva a establecer la relación de la comunicación, en su concepción moderna, y la cultura a partir de tres momentos históricos en los que aparece como común denominador el papel de los medios de comunicación en la transmisión cultural y la relación de la audiencia con los productos culturales: El surgimiento de la imprenta en el siglo XV por la modificación sustancial que implicó en la transmisión del conocimiento; el periodo de la posguerra en el siglo XX, décadas de los sesentas con el surgimiento de los estudios culturales y su énfasis en el estudio de la comunicación como práctica cultural y finalmente el auge en el consumo de telenovelas en América Latina a partir de la masificación del medio en la región, años 60-70 del siglo XX.

De igual forma se exploran las distintas aproximaciones al concepto de cultura política, su origen en el funcionalismo de la ciencia política norteamericana y por ende el papel atribuido a los medios de comunicación en la democracia. Se repasa la importancia del concepto y su abordaje amplio en la antropología y la investigación mexicana, así como su actualidad en décadas recientes, sobre todo a partir de los sismos de 1985 en que la participación de la sociedad civil detonó las reflexiones académicas sobre ese concepto. Se rescatan las reflexiones de Tejera Gaona para entender a la cultura como un campo de relaciones sociales donde ésta es una percepción del mundo matizada por las relaciones sociales, esta consideración implica intrínsecamente a la política. Aunque para efectos de este trabajo se decidió emplear el concepto de cultura política como una categoría más cercana, se establece como fundamental el planteamiento de este autor sobre lo que él llama *la cultura de la política*, como la atribución de significados a todas las prácticas sociales y a partir de la teoría de la hegemonía, inmersa en relaciones de poder y de conflicto. Hay que decir que aunque esta



perspectiva resulta clave en las reflexiones en torno a nuestro objeto de estudio, no contempla el papel y la importancia histórica de los medios de comunicación en esta atribución de significados. Se redefine entonces la relación entre la comunicación y la cultura política considerando que existe una relación estrecha entre comunicación y cultura, de origen, se establece en la transmisión de valores, de ideología, la socialización y la construcción de la identidad y la hegemonía. Con el desarrollo de la tecnología, las formas de transmisión y socialización se modifican y la comunicación masiva cobra mayor importancia. La comunicación como parte de la dinámica cultural está inserta en relaciones de poder y de conflicto, por ende los productos culturales como los noticieros y las telenovelas, se construyen a partir de símbolos, buscan crear significaciones e implican una ideología política y económica, una visión del mundo.

En la segunda parte del trabajo, se explora el proceso de la *televidencia* a partir del planteamiento de Guillermo Orozco, en el que se destaca la capacidad creativa y negociadora de la audiencia, así como la definición de ese proceso como un espacio para el estudio de otros ángulos de la vida social. Aquí se establecen claves teóricas más específicas, pues a partir del rescate histórico sobre la investigación de la recepción se contempla la necesidad de ver a la audiencia como sujeto activo y la importancia de la estructura económica como parte de los procesos involucrados en el momento de mirar televisión que conjuga los referentes dados por el medio y el propio ambiente en el que los sujetos se desenvuelven e interactúan. Se asume entonces como clave teórica el modelo de *mediaciones múltiples* de Guillermo Orozco para buscar captar empíricamente las distintas dimensiones que involucra el estudio de la recepción. Estas fueron fundamentales para entender la importancia de la clase social y el espacio urbano, como *mediaciones* en su interacción con las experiencias directas de los sujetos con el Estado (partidos políticos y funcionarios de gobierno) y los sucesos mediados tecnológicamente, pues en ambos procesos los propios sujetos continúan definiéndose.

El siguiente apartado contempla la construcción del modelo teórico-metodológico que permitió la aproximación amplia al objeto de estudio. Una cercanía que permita redefinir la relación comunicación y cultura política a fin de hacer un análisis del estudio de la cultura política con una perspectiva que considere al ámbito de la comunicación, en particular en los medios de comunicación dado que su presencia en la organización social de la vida cotidiana así como su carácter industrial y político, le convierte en actores centrales en la construcción

de significados asociados a lo político, aspecto poco tocado en las reflexiones más dominantes.

En la cuarta y última parte se muestran los resultados derivados del trabajo empírico en dos ámbitos, el del emisor y el del receptor, lo que constituye la aplicación del modelo de análisis llevado a la realidad. En la primera sección de ese capítulo y de acuerdo a nuestro modelo teórico-metodológico se estudió al emisor como actor político cuya base es la relación entre la televisión como industria cultural y el sistema político mexicano, desde la óptica de la Economía Política ya que esta perspectiva permite poner énfasis en describir y examinar el significado de las instituciones, especialmente empresas y gobiernos responsables de la producción, distribución e intercambio de mercancías de comunicación y por la regulación del mercado (Mosco, 2006). Así que se consideró su historia política, a fin de entender como los contenidos de la televisión tienen una función ideológica en un contexto determinado como es el de la Ciudad de México, la importancia de esta como centro de producción de los contenidos para toda la República, y cómo estos se relacionan con la cultura política. Ello se materializó al analizar los vínculos entre los sistemas de comunicación televisivos y el sistema político, lo que implicó para las políticas de comunicación y en específico la oferta programática, se hizo un análisis cuantitativo de ella para identificar los títulos, tipos de programación por género y macrogénero para identificar que hay un modelo de programación predominante centrado en el entretenimiento, este ocupa un lugar central sobre otro tipo de géneros y por ende las posibilidades de elección que posee la audiencia de la Ciudad de México son mucho muy limitadas.

Los cual nos permite reflexionar que la oferta televisiva en señal abierta se constituye como un flujo unidireccional, pues no hay cabida para la participación de la sociedad civil, ni diálogo ni derecho de réplica, más allá de las limitaciones técnicas del medio, sino en constante consulta con las audiencias, desde la perspectiva de sus derechos. La política de comunicación de Televisa y TV Azteca<sup>7</sup> responde a la demanda de alcance y satisfacción de necesidades del mercado y no de una función social como se establece en la Ley de Radio y Televisión.

---

<sup>7</sup> Hoy llamada únicamente Azteca como una estrategia de comunicación que responde a una tendencia de diversificación al ampliar el conjunto de servicios que la convergencia tecnológica le permiten. Revista Merca2.0, 8 de marzo de 2011. Consulta en línea <http://www.merca20.com>, 8 de marzo de 2011.

Por otro lado, se debe señalar que en la Ciudad de México se concentra la producción de contenidos para todo el país, aquí se hallan los corporativos de las principales televisoras cuya programación se transmite a nivel nacional por las distintas redes, además estos contenidos tienen un común denominador.

La segunda sección de este capítulo final lo constituye un acercamiento al estudio del receptor, las reflexiones derivadas provienen de trabajo de campo etnográfico, con el de entrevistas y observaciones de un trabajo de campo realizado en los meses de julio de 2008 y julio y agosto del 2009. Mediante un acercamiento cualitativo se buscó penetrar al centro de las prácticas de recepción televisiva con familias pobres que habitan en una zona irregular en la Ciudad de México. Como se mencionó antes estas familias poseen varios rasgos distintivos, entre los más destacados se encuentran la apropiación del espacio urbano, pues habitan una franja a orillas de una arteria central en la zona noreste de la ciudad, la autoconstrucción, la lucha constante por la subsistencia y el estar en condiciones de pobreza multidimensional. De acuerdo a las mediciones del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), el principal rasgo de este tipo de pobreza es la carencia patrimonial, no poseer vivienda y su principal expectativa a largo plazo tiene que ver justamente con la construcción de un patrimonio que les lleve a ser como el resto de las personas, pues nuestros entrevistados se definen a sí mismos como “olvidados”, circunstancia que además les coloca en una situación de exclusión social derivada de varios procesos como los de expansión de las grandes ciudades, entre otros y definen particularidades como el alto consumo y dependencia mediática y su vinculación constante a su experiencia social.

Finalmente hay que señalar que derivado de la investigación el objetivo final de la tesis es contribuir a la discusión sobre el alcance de la comunicación en la sociedad y que por ende implica una revisión exhaustiva del sistema mediático, de sus productos culturales y de aportación al avance de la sociedad mexicana, sobre todo considerando que la alta concentración de las empresas televisivas limita el acceso a otros espacios y fuentes de significación, sobre todo en ciertos sectores de la sociedad, pues la propia UNESCO ha señalado que la educación es el elemento central en el combate a la pobreza, y con el alcance y potencial educativo que poseen los medios de comunicación fortalecer su función social es una necesidad en ese sentido. Bajo esa lógica, hay que poner énfasis en que, pensar a la comunicación como un elemento intrínsecamente ligado a la cultura política implica

asumir que sus contenidos no sólo impactan en el conocimiento y la valoración sobre la política, sino que al ser parte de un proceso mucho más amplio en términos de ideología, la mejora de contenidos en términos de disminución del entretenimiento y la ficción, así como la ampliación de las fuentes de significación provenientes de los medios pueden contribuir a una discusión mayor en nuestra sociedad, una discusión y debate entre medios y sociedad, entre sociedad y Estado. Sobre todo si se parte de la idea de buscar interpelaciones mediáticas de carácter dialógico y no jerárquico como lo es actualmente.

La pertinencia de esta investigación se centra en que el propio desarrollo de las Ciencias Sociales en el siglo pasado y en este, ha permitido observar que el estudio de la comunicación y de los medios está configurando un espacio privilegiado para el análisis del comportamiento social, incluso que son parte constitutiva de la cultura moderna (Thompson, 1998, 2002), no obstante es necesario evitar caer, como ha advertido Jesús Martín Barbero (1990), en el *comunicacionismo*: la tendencia aún bien fuerte, a ontologizar la comunicación como el lugar donde la humanidad revelaría su más secreta esencia. Pues si bien es cierto que como parte del desarrollo de la humanidad la tecnología configura espacios y modos de relaciones, también lo es que el uso de los medios de comunicación se encuentra imbricado en las prácticas culturales, y cuyo estudio requiere ampliar la visión, pero no explica todo el comportamiento social, de ahí la perspectiva trasdisciplinar.

## **CAPÍTULO I. COMUNICACIÓN Y CULTURA POLÍTICA. HACIA UN MARCO TEÓRICO INTERPRETATIVO**

*A la vez que objetos de políticas, la comunicación y la cultura constituyen hoy un campo primordial de batalla política: el estratégico escenario que le exige a la política recuperar su dimensión simbólica -su capacidad de representar el vínculo entre los ciudadanos, el sentimiento de pertenencia a una comunidad- para enfrentar la erosión del orden colectivo.*

*Jesús Martín –Barbero*

En la vida social la comunicación se constituye como una práctica cotidiana al insertarse invariablemente en la rutina familiar y ser parte de los mecanismos de transmisión cultural. Este hecho constituye un rasgo destacado de las sociedades contemporáneas. La capacidad comunicativa que hoy se tiene es un campo privilegiado de análisis, en el que no sólo transitan una enorme pluralidad de discursos, sino que éstos se mezclan con la experiencia social, replanteándose y reconfigurando su esencia, naturaleza e intención. Por otro lado, desde el punto de vista formal, gran parte de la comunicación denominada política, se centra en los medios de comunicación, y en momentos clave como los periodos electorales<sup>8</sup>, la clase política enfoca sus esfuerzos y recursos en ellos, sobre todo en la televisión, configurándose nuevas formas de relación y prácticas políticas.

Dentro de ese panorama, el objetivo de este capítulo es revisar teóricamente la relación entre comunicación y cultura política, objeto de estudio del presente trabajo de investigación. Aquí se busca construir un marco interpretativo en el que se contemplen esas perspectivas desde una mirada constructivista. Se pretende establecer el modo en que la comunicación está inserta en la cultura, entendiendo a ésta como un concepto amplio y estructurador, y que ambas son parte de procesos sociales en los que la política se encuentra intrínsecamente ligada en términos estructurales.

Se revisan inicialmente las distintas aproximaciones al concepto de cultura política, así como la aproximación antropológica y los abordajes en la investigación mexicana sobre ese concepto, a fin de construir una explicación para la relación con la comunicación, en específico, y así fijar las coordenadas teórico metodológicas para el desarrollo de un trabajo empírico que explora en el escenario natural de recepción (hogar-familia) la construcción de significados derivados de la comunicación, en particular de la televisión y en torno a lo

---

<sup>8</sup> La importación del modelo de competencia electoral centrada en los medios masivos de comunicación de Estados Unidos, ha propiciado nuevas formas de hacer política (Fuenzalida, 2004).

político. Este medio provee de información y elementos cognitivos que configuran las percepciones y concepciones sobre el ejercicio político. Se parte del supuesto de que el consumo de medios es una práctica cargada de valores ideológicos, del género que sea (Morley, 1996), (Berger, 1990).

## 1.1 LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA

### 1.1.1 Breve revisión sobre la discusión en torno a la cultura

Para efectos de nuestra construcción teórica y con el fin de obtener herramientas analíticas para un problema específico, haremos una revisión concreta de algunos planteamientos en términos de cultura sin abordar con minuciosidad las discusiones en torno al propio concepto o al campo disciplinario de la antropología<sup>9</sup> para llegar a su relación con la política. Incluso la mirada a la evolución del concepto permite identificar los elementos o rasgos que han generado consenso por su alcance explicativo y que nos son útiles para generar nuestras propias explicaciones.

La noción de cultura posee un carácter polisémico. García Canclini describe como en 1952 Alfred Kroeber y Clyde Kluckhohn recolectaron en un libro célebre casi 300 maneras de definirla y relata como había ya otros intentos por sistematizar la multiplicidad de sentidos sobre ese concepto. “Melvin Lasky que evidentemente desconocía esa obra publicó en *The Republic of Letters*, en 2001, un avance de un libro en preparación para el cual dice haber recogido en diarios alemanes, ingleses y estadounidenses, 57 usos distintos del término cultura” (2004:29).

Al rastrear Harris (1979:8) los orígenes del concepto cultura se encuentra que:

“Según Alfred Kroeber y Clyde Kluckhohn, el concepto cultura en el sentido de ‘un conjunto de atributos y productos de las sociedades humanas y, en consecuencia, de la humanidad, que son extrasomáticos y transmisibles por mecanismos distintos de la herencia biológica (...) no existía en ningún lugar en 1750’...aunque estos autores reconocen y citan el uso de los términos ‘cultura’ (sólo en alemán *Kultur*) y ‘civilización’ (en francés y en inglés) durante el siglo XVIII, la aparición del concepto moderno lo sitúan mucho después, avanzado ya el siglo XIX”.

Otro aspecto que predominaba entre los siglos XVIII y XIX en las discusiones sobre la cultura, era el concerniente a su naturaleza vista como sinónimo de cultivar.

---

<sup>9</sup> Ver en Harris, Marvin (1979). *El desarrollo de la teoría antropológica. Una historia de las teorías de la cultura*, Siglo XXI, México; los debates en torno a considerar a la antropología como la ciencia de la historia. Y Tejera Gaona, Héctor (1999). *La antropología*, CONACULTA, México.

“Derivado de la palabra latina *culturam*, el concepto adquirió una presencia significativa en muchas lenguas durante el inicio del periodo moderno. Los primeros usos dados al concepto en las lenguas europeas preservaron parte del sentido original de *cultura*, el cual significaba primordialmente el cultivo o el cuidado de algo, como las cosechas o los animales. A partir del siglo XVI el sentido original se extendió poco a poco de la esfera de la labranza al proceso del desarrollo humano: pasó del cultivo de las cosechas al cultivo de la mente... a principios del siglo XIX” (Thompson, 2002: 186).

Los primeros usos de la palabra cultura provienen del francés, pues en esa lengua “culture” significa tanto cultura como cultivo, según Cucho (2004) el siglo XVIII puede considerarse el periodo de formación del sentido moderno de la palabra. El término proviene del latín que significa el cuidado de los campos y el ganado, a fines del siglo XIII designa una tierra cultivada, para comienzos del siglo XVI el término se ha dirigido a describir una acción, “el hecho de cultivar la tierra, a comienzos del siglo XVI se forma en sentido figurado que puede ya designar cultivar una facultad, es decir, el hecho de trabajar en su desarrollo” (Cucho, 2004: 12).

El siglo de las Luces en Francia da auge al paralelismo entre cultura y civilización, considerándose la primera como un progreso individual y la segunda como colectivo, “por lo tanto civilización se define como un proceso de mejoramiento de las instituciones, de la legislación, de la educación. La civilización es un movimiento no terminado al que hay que apoyar y que afecta a toda la sociedad... Finalmente la civilización puede y debe extenderse a todos los pueblos que componen la humanidad” (Cucho, 2004:14).

De esa noción se derivaría durante los siglos posteriores un concepto de intelectualismo y/o de élite, centrado particularmente en la cultivación de las artes, que marcaría diferencias no sólo entre clase sino entre naciones: primer mundo contra tercer mundo, tal circunstancia queda clara en el modelo civilizatorio que inspiró el colonialismo europeo en esa época. El hecho de que la noción de cultura surgiera en la llamada “cultura occidental” es revelador de la propia cultura (Cucho, 2004), pues se da justamente a la luz del etnocentrismo de las sociedades europeas.

Según Hugues de Varine, el concepto cultura ha ido pasando por varias fases:

- 1) En el siglo XIX puede llamarse de codificación de la cultura. Ésta consiste en la elaboración progresiva de claves y de un sistema de referencias que permiten fijar y jerarquizar los significados y los valores culturales, tomando inicialmente por modelo “la herencia europea”

con su sistema de valores heredados, de la antigüedad clásica y de la tradición cristiana. De acuerdo a ello habrá círculos concéntricos jerarquizados, Alta cultura o cultura legítima-bellas artes; círculo intermedio-cultura tolerada y círculo exterior-exclusión marginación-artesanía popular.

- 2) A partir del siglo XX se abre la institucionalización de la cultura en sentido político administrativo, manifestación del esfuerzo secular del Estado por lograr el control y la gestión global de la cultura bajo una lógica de unificación y centralización. Surge el concepto de política cultural como instrumento de tutelaje político sobre el conjunto de actividades culturales.
- 3) La mercantilización de la cultura. Implica la subordinación masiva de los bienes culturales a la lógica del valor de cambio y, por lo tanto al mercado capitalista, representa la principal contratendencia frente al proceso de unificación y centralización estatal que caracteriza a la fase precedente. La cultura adquiere un carácter de mercancía inmaterial. (En Giménez, 2005: 36-37).

Sólo habría que señalar que estas “fases” que sugiere De Varine parecen mezclarse y coexistir, no son sucesorias pues el concepto de política cultural y tutelar del Estado, prevalece en algunas sociedades, sobre todo europeas y latinoamericanas; la distinción entre alta cultura y cultura popular, ésta con un rasgo peyorativo; o bien la cultura legítima frente a la cultura popular, aún es muy marcada.

Para la discusión contemporánea, el terreno de la cultura asume matices de diferencia, identidad<sup>10</sup> y diversidad y posee implicaciones importantes frente a la globalización. La esencia de esta discusión internacional tiene que ver con la homogenización de la cultura, que ya es un asunto viejo y parte de un dominio occidental, frente al reconocimiento del mosaico cultural que forman todas las naciones que componen el mundo.

Néstor García Canclini (2004) considera por su parte, que cuando se habla de cultura existen narrativas centradas en:

- La distinción entre cultura y civilización. En esta concepción se denomina a la cultura como un cúmulo de cualidades estéticas y aristocráticas, su carácter es elitista. Esta noción de cultura prevalece en la actualidad. En sus orígenes se empleaba para distinguirse de civilización, donde esta materializa a la cultura.
- Frente a esos usos cotidianos o idealistas de cultura se dieron otros usos científicos que separaban la cultura en oposición a otros referentes como:
  - a. Naturaleza y cultura. Es una distinción más allá de lo filosófico. Es la que funda la antropología, donde cultura es todo lo hecho por el hombre y naturaleza lo ya dado que nadie ha hecho. En esta oposición la cultura es un rasgo distintivo de la especie humana, pues es la suma de los saberes acumulados y transmitidos por la humanidad.

---

<sup>10</sup> En *México Profundo* Guillermo Bonfil (1987) analiza como el proyecto civilizatorio de la colonización dejó de lado las profundas raíces multiculturales determinando un espacio para “lo indio” de carácter residual, mismo que eliminó la complejidad y diversidad, el mosaico multiétnico de la cultura nacional.



- b. Sociedad y cultura. Esta distinción buscaba deslindar la cultura de otras partes de la vida social. Aparece a mediados del siglo XX en la obra de Ralph Linton y se consolida con Pierre Bourdieu. Este autor desarrolló esta diferencia al mostrar en sus investigaciones que la sociedad está estructurada con dos tipos de relaciones: las de fuerza (valor de uso y de cambio) y, dentro de ellas entrelazadas con esas relaciones de sentido, que organizan la vida social, las relaciones de significación. El mundo de las significaciones, del sentido, constituye la cultura.

El concepto moderno en la tradición anglosajona puede atribuirse a Edward Tylor, un antropólogo británico que en 1871 desarrolla una noción considerada fundacional de la antropología.

“La cultura o civilización, tomada en su sentido etnográfico amplio, es esa totalidad compleja que abarca al conocimiento, las creencias, el arte, la moral, la ley, las costumbres y cualesquiera otras habilidades o hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad. La condición de la cultura entre las diversas sociedades de la humanidad, en la medida en que se puede investigar a partir de principios generales, es un tema propicio para el estudio de las leyes del pensamiento y la acción humana.” (En Thompson, 2002:191)<sup>11</sup>.

En la concepción tylorista se observan cinco elementos medulares que han sido retomados en las distintas escuelas, pero sobre todo en el funcionalismo:

- 1) El aspecto totalizante de la cultura. La óptica de Tylor atribuía a todos los grupos humanos la capacidad de crear y establecer distintas actividades y éstas se encontraban en todas las esferas y tipos de prácticas.
- 2) La caracterización única del concepto aplicable a todos los grupos humanos, pero tomando en cuenta la variedad de los mismos con sus propios rasgos, es decir de cultura a culturas.
- 3) El aspecto de transmisión, básicamente a partir de las relaciones sociales fue un componente esencial de una vasta discusión durante los siglos XVII y XVIII, básicamente a partir de los postulados del determinismo biológico y el auge del método científico.
- 4) También consideraba que la cultura estaba sujeta a un proceso de evolución lineal según etapas bien definidas y sustancialmente idénticas por las que tienen que pasar obligadamente todos los pueblos, aunque con ritmos y velocidades diferentes.
- 5) La cientificidad de la cultura. Tylor consideraba que la caracterización de principios en las culturas proporcionaba elementos para el estudio de ‘leyes del pensamiento’ y de la ‘acción humana’.

La perspectiva evolucionista de Tylor y otros antropólogos de la época, consideraba que todas las sociedades siguen un desarrollo único que va desde lo primitivo hasta la civilización, cuyo paradigma es la sociedad europea del siglo XIX (Tejera, 1999). La concepción sobre la evolución lineal de la cultura resulta por demás cuestionable, dado que

---

<sup>11</sup> Ver también Harris (1979) y Giménez (2005). En Cucho (2004) dice “... en su sentido etnológico más extenso...” p. 22.

evidenciaba una visión occidental y etnocéntrica. En contraparte surgiría la corriente del “particularismo histórico” que daría pie al “relativismo cultural” (Geertz, 1985), éste plantea que cada cultura posee sus propios procesos con base en distintos factores y debe analizarse en sus propios términos.

El desarrollo científico del concepto de cultura encuentra en el trabajo de Bronislaw Malinowski aportaciones importantes centradas en dos aspectos, primero que se consideraría el fundador de la perspectiva funcionalista norteamericana estableciendo que los fenómenos culturales se podían analizar con base en la satisfacción de necesidades humanas.

Los seres humanos son distintos en dos aspectos. Varían en su estructura corporal y a sus características fisiológicas. El estudio de tales variaciones es labor de la antropología física. Así mismo varían en términos de su ‘herencia social’ o cultura y tales variaciones atañen a la antropología cultural. La cultura comprende artefactos, bienes, procesos técnicos sui generis y se debe estudiar como tal. El estudio de la cultura debe intentar separar esta herencia social en sus elementos componentes y relacionarlos unos con otros, con el medio ambiente y con las necesidades del organismo humano. (En Thompson, 2002:193)

Y segundo, es fundacional en términos metodológicos, se le considera pionero en el uso de los métodos de trabajo de campo antropológicos, en específico del que recibe el nombre de observación participante, “Malinowski es el primer antropólogo que realiza una estancia prolongada de investigación en una sociedad con el propósito de estudiar los diferentes aspectos de la cultura, como resultado de su experiencia, elabora una metodología de investigación cuyos lineamientos generales seguirán los antropólogos posteriores” (Tejera, 1999: 19). En términos metodológicos el trabajo de Malinowski ha resultado de gran utilidad para las Ciencias Sociales<sup>12</sup> pues no sólo contempla la idea de estudiar directamente las realidades en donde éstas suceden, sino que “insiste en distinguir entre las declaraciones de los miembros de una sociedad sobre su conducta (que expresa las normas sociales) y sus acciones habituales. El estudio de los valores y costumbres sociales debe acompañarse de la recopilación de los actos cotidianos por medio de la observación participante” (Tejera, 1999: 19), para encontrar mediaciones entre “lo que un sujeto dice, lo que dice que hace, lo que debería hacerse y finalmente lo que hace” (Tejera, 2008: 10).

El desarrollo del trabajo empírico se ha constituido como la principal aportación del funcionalismo a las Ciencias Sociales, si bien es cierto que la perspectiva funcional resulta muy limitada para penetrar en la complejidad del entramado social, también lo es el hecho

---

<sup>12</sup> Es fundacional en el funcionalismo como perspectiva teórica en las Ciencias Sociales, pero sus métodos de trabajo se han empleado en enfoques muy distintos como los marxistas en los Estudios Culturales.

de que la investigación social acompañada de trabajo empírico permite una comprensión más amplia de los fenómenos sociales.

En esta misma visión de la antropología norteamericana pero a partir del estudio de realidades latinoamericanas, Larissa Adler Lomnitz concibe a la cultura como “Un sistema de reglas y categorías”, tal definición se explica a partir de las relaciones sociales y el carácter limitativo que posee la cultura<sup>13</sup>. De acuerdo con ella, esta esencia normativa de la cultura es propia del hombre y lo diferencia de los primates al establecer criterios morales y de prohibición. Los elementos de la cultura son el fonema (sistema de sonidos), morfema (unidades de significados) y la sintaxis (unidades de significados mayores, que sigue reglas gramaticales). “Entendemos la cultura como un lenguaje de comportamiento compuesto por la ‘gramática’ (la langue) y el ‘habla’ (la parole). La gramática es el conjunto de categorías y reglas (...) que representa la continuidad en la cultura y el habla es su comportamiento lingüístico, el cual es por naturaleza variable. En este juego de continuidad y cambios, la gramática sería a la sociedad lo que el subconsciente al individuo; una estructura profunda, no visible que se manifiesta en el comportamiento de sus integrantes” (Adler Lomnitz, 2002: 333).

Para ella los otros componentes de la cultura son la organización social (estructura de división en las sociedades) y el sistema ideológico (creencias y valores, trata de resolver interrogantes al ser humano<sup>14</sup>). Los conceptos centrales de la autora en cuestión son las redes sociales, la cultura y el poder. Alimentada por trabajo empírico de carácter etnográfico, Adler Lomnitz ha desarrollado aportaciones importantes al campo de la antropología, sobre todo la hoy llamada urbana, estableciendo que las relaciones sociales tienen un peso determinante como estrategias de supervivencia<sup>15</sup> y ligadas a un compadrazgo que permitía mantener redes de apoyo y cooperación verticales y horizontales, mismas que determinan las relaciones de dominación /subordinación/cooperación, “la gramática del control social: del

---

<sup>13</sup> Ponencia “La Cultura y Estructura Social” presentada en el Seminario *El Impacto de los medios de Comunicación en la Educación y la Cultura*, en el Instituto de Investigaciones Sobre la Universidad y la Educación de la UNAM (IISUE), 24 de Febrero del 2006.

<sup>14</sup> Habría que decir que la ideología evita despertar interrogantes al ser un sistema de ideas preestablecido.

<sup>15</sup> Esta idea nació en su investigación para tesis doctoral y que se convirtió en un trabajo clásico de la antropología latinoamericana, *Cómo sobreviven los marginados* (1975). En esa investigación penetró en zonas periféricas de la ciudad de México que se encontraban en condiciones de amplia marginación y logró captar como se establecían redes de apoyo y subsistencia para paliar y sobrevivir a su condición social. De ese modo determinó la importancia de las redes sociales y de compadrazgo como parte de las expresiones culturales, éstas pudieron ser vistas a la vez como estructuras de organización que se reproducían frente al poder. Su tesis fue dirigida por Rodolfo Stavenhagen en la UIA.

poder y su forma de expresarse” (2002:334). Sus ideas desarrolladas a partir de su trabajo empírico con “familias marginadas” permiten una aproximación al grupo observable en el que esta investigación se centra, familias pobres de las que se hablará más adelante.

Por otro lado, la tradición marxista clásica no posee un desarrollo claro en relación a la cultura como concepto. No obstante esta perspectiva permite entender las condiciones estructurales en los que se enmarca la cultura, sobre todo en el marxismo renovado de la década de los ochentas, se estudia el simbolismo en ella y el papel de la comunicación en los procesos culturales. Este enfoque analizó a la comunicación no sólo como un aparato ideológico de estado (Althusser, 1974), también la capacidad comunicativa de la audiencia y el juego negociador de las clases bajas.

En la mayoría de los trabajos marxistas la cultura aparece como sinónimo de ideología entendida como “concepción del mundo”, no obstante la perspectiva de este enfoque resulta de un amplitud muy útil para los objetivos de esta investigación, pues su perspectiva materialista y estructural permiten entender procesos con explicaciones más profundas sobre todo por la idea de que las formas materiales y sociales de la producción, el modo en que el trabajo es organizado y combinado con las herramientas para producir, el nivel de desarrollo técnico, las instituciones por las que circulan las mercancías y se realiza el valor, los tipos de asociación civil, de vida familiar y del estado todo ello constituye un conjunto de relaciones y estructuras que muestra una configuración identificable, un esquema, un “modo de vivir” para los individuos y grupos sociales, (Hall, 1981).

Un elemento medular en esta óptica es la lucha de clases como eje de las producciones culturales e inscrita en determinado contexto, sin duda esto confiere una dimensión política al análisis de la cultura, pertinente para los efectos de este trabajo<sup>16</sup>.

Antonio Gramsci emprendió el estudio de la ideología partiendo del concepto de hegemonía, en el cual ésta se servía de aquella para que una clase social lograra la dominación a través del consenso, es decir, sin necesidad de la fuerza que supone la coerción, la clase dominante logra articular sus intereses con los de la clase dominada. La hegemonía hace posible el proceso de dominación social ya no como una imposición desde el exterior y sin sujetos,

---

<sup>16</sup> Giménez (2005) analiza como en los autores marxistas se encuentra la cultura homologada a la ideología y al contexto histórico, en Lenin ligada a la revolución de octubre y la predominancia de la “cultura dominante” frente a las “culturas dominadas”, es una “totalidad compleja” como “cultura nacional” observa también rasgos “democráticos” y “socialistas” engendrados a partir de las condiciones de vida de explotación y dominación. En Gramsci la cultura se homologa a la ideología en su acepción de “concepción del mundo”.

sino como un proceso en el que una clase hegemoniza en la medida en que representa intereses que también reconocen de alguna manera como suyos las clases subalternas. La hegemonía es un proceso vivido, hecho no sólo de fuerza sino de sentido. (En Martín-Barbero, 1987). La gran aportación de Gramsci en ese sentido es por un lado establecer la relación de la democracia con la hegemonía (Chihu, 1991) y por el otro, reconocer que la “superestructura”, de acuerdo al concepto de “bloque histórico”, era capaz de generar cambios en la estructura económica a partir de la conquista del poder.

Las nociones de hegemonía e ideología cobran importancia en nuestro análisis sobre todo porque es posible insertarlas en el estudio de la estructura mediática de nuestro país y en el de la audiencia, y su contexto material y social en que se realiza la recepción televisiva como se verá más adelante.

Las concepciones más modernas del marxismo definen a la cultura más claramente, Stuart Hall (1981) señala, a partir de Marx, que con independencia de lo infinitamente complejas y extendidas que sean las formas sociales que los hombres desarrollan con éxito en determinado momento, las relaciones que rodean a la reproducción material de su existencia forman la instancia determinante de todas las otras estructuras. Así mismo tomando como base el materialismo marxista, dice de la cultura que nos refiere a la disposición -las *formas*-, asumida por la existencia social bajo determinadas condiciones históricas (1981). Hall plantea entonces que en torno a la reproducción material de la existencia se generan relaciones que a su vez definen otras estructuras, se refiere al cómo se vive en determinado momento histórico.

Heredero también del pensamiento de Gramsci y en buena medida influido por el estructuralismo de Levy Strauss, Pierre Bourdieu, postuló que la cultura es un espacio de reproducción social y organización de las diferencias (2002). A partir de sus investigaciones empíricas en museos y la práctica de la fotografía, sobre los gustos y sus bases sociales, estableció que las clases sociales se diferencian no sólo por su capital (económico, social, cultural o financiero), sino por la lucha simbólica en el espacio de reproducción. El trabajo de Bourdieu oscila entre la sociología crítica, la antropología social y sobre todo la sociología de la cultura. Este autor desarrolla el concepto de *habitus* que resulta útil para comprender la fusión de la acción social con la individual a partir de estructuras generales y su dimensión práctica en el consumo cultural.

Bourdieu señala que el *habitus* “es tanto el elemento generador de la práctica, como el factor primordial de la reproducción cultural o simbólica...se define como un sistema de disposiciones durables y transferibles –estructuras estructuradas- predisuestas a funcionar como estructuras estructurantes que integran todas las experiencias pasadas y funciona a cada momento como matriz estructurante de las percepciones, las apreciaciones y las acciones de los agentes de cara a la coyuntura o acontecimiento y que él contribuye a producir” (2002: 54).

Esta noción incluye ejes como “sistemas de signos socialmente calificados” y “esquemas de acción” capaces de transmitir prácticas de un campo a otro (2002:169-172), en los cuales las percepciones, los estilos de vida y prácticas generales se conjuntan según el *ethos*<sup>17</sup>.

Su concepto de *habitus* se centra concretamente en las características de las condiciones materiales de existencia de las clases sociales y la relación de esto en su consumo cultural, conformando la base de la cosmovisión de los agentes de acuerdo a ellas. El *habitus* señala Bourdieu es un sistema de enclasmiento de esas prácticas que permite construir el “mundo social representado”.

Bourdieu asume su pensamiento como estructuralismo constructivista aseverando que “Existen en el mundo social mismo, y no solamente en los sistemas simbólicos, lenguaje mitos, etc., estructuras objetivas, independientes de la conciencia y de la voluntad de los agentes, que son capaces de orientar o de coaccionar sus prácticas o sus representaciones. Por constructivismo, quiero decir que hay una génesis social de una parte de los esquemas de percepción de pensamiento y acción que son constitutivos de lo que llamo *habitus*, y por otra parte estructuras, y en particular de lo que llamo campos y grupos, especialmente de lo que se llama generalmente las clases sociales” (2000:127). El concepto de *habitus* resulta útil en tanto permite entender de manera amplia la importancia del consumo de productos comunicativos en la conformación del *imaginario social* (Baczko 1984), en la memoria colectiva y en la dimensión utópica de las distintas clases sociales.

Este autor replantea el concepto de Capital de Carlos Marx, al pensarlo en cuatro variantes generales, capital económico (producido en el contexto de las relaciones de producción), social (red de relaciones sociales que el sujeto establece), simbólico (como propiedad cualquiera percibida, valorada y reconocida por los otros) y el cultural (aquel cúmulo de

---

<sup>17</sup> “Un sistema de valores implícitos que las personas han interiorizado desde la infancia y a partir del cual engendran respuestas para problemas muy diferentes” (Bourdieu, 1984: 244).

visiones interiorizado en la familia y escuela; y objetivado en el consumo cultural, pero que también puede ser institucionalizado a través de títulos y diplomas) (Bourdieu, 2002).

Aunque este autor no admite claramente una postura determinista, su concepción de la cultura tiene algunos rasgos implícitos al respecto en este planteamiento, no obstante resulta pertinente su visión dado que aporta claves para la reflexión sobre una idea general de la cultura como un todo determinado socialmente y que se convierte en principios y esquemas para mirar y comportarse en un contexto determinado. Se considera la importancia de las condiciones materiales de existencia, y de manera específica la trascendencia de la definición de la estructura de clases en la sociedad.

Parte de ello para señalar que la cultura política son “principios de clasificación y de análisis explícitamente políticos” (2002:418) por supuesto partiendo de su reestructuración del concepto de capital de Marx, como “capital heredado” y el “adquirido” que permite realizar ese análisis político y modos específicos de producción de la opinión y juicio político (el *ethos* de clase).

Bourdieu (1984)<sup>18</sup> establece que la producción de opiniones políticas depende completamente de la división de clases y del sentido político práctico. Bourdieu retoma dos ideas centrales del marxismo: que la sociedad está estructurada en clases sociales y que las relaciones entre las clases son relaciones de lucha (García Canclini, 1984: 14).

En el marxismo se privilegian las funciones políticas de los sistemas simbólicos en detrimento de su estructura lógica. García Canclini habla de tres de estas funciones (1984: 39):

- a. La integración real de la clase dominante, asegurando la comunicación entre todos sus miembros y distinguiéndolos de las otras clases.
- b. La interpretación ficticia de la sociedad en su conjunto
- c. La legitimación del orden por el establecimiento de distinciones o jerarquías, y por la legitimación de esas distinciones.

Este efecto ideológico es producido por la cultura dominante al disimular la función de división bajo la de comunicación. Esta perspectiva permite entender como se articulan lo económico y lo simbólico en los procesos de reproducción, diferenciación y construcción del poder y como esta relación es posible a partir de la comunicación, misma que en la actualidad asume un carácter mediado.

---

<sup>18</sup> En la conferencia “Cultura y Política” dictada en la Universidad de Grenoble en 1980.

Bourdieu (1984) señalaba que el mundo de las significaciones constituía la cultura, esas relaciones eran capaces de organizar la vida social.

En tanto que en el debate moderno sobre la naturaleza simbólica de la cultura destaca el trabajo de Clifford Geertz, quien consideraba que la cultura era un sistema de concepciones expresadas en formas simbólicas por medio de las cuales la gente se comunica, perpetúa y desarrolla su conocimiento sobre las actitudes hacia la vida, en el centro de su pensamiento estaba la concepción de que la cultura otorga sentido al mundo y lo vuelve comprensible.

Geertz señaló en su texto clásico *La interpretación de las culturas* que a pesar de ser este trabajo una recopilación de ensayos, constituiría un tratado de teoría cultural sobre una redefinición del concepto cultura, el papel que ésta desempeña en la vida social y cómo debería estudiársela adecuadamente: “El concepto de cultura que propugno y cuya utilidad procuran demostrar los ensayos que siguen es esencialmente un concepto semiótico. Creyendo con Max Weber que el hombre es un animal inserto en tramas de significación que el mismo ha tejido, considero que la cultura es una urdimbre y que el análisis de la cultura ha de ser por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones. Lo que busco es la explicación, interpretando expresiones sociales que son enigmáticas en su superficie”. (1973:20)

Como estudioso de la antropología llamada por muchos “simbólica” buscó afanosamente desentrañar el papel de los símbolos en las distintas sociedades, consideraba que los símbolos eran el eje de la actuación social. Esta parte del pensamiento de Geertz resulta de gran importancia para nuestra exploración, dado que aquí la cultura tiene un enorme carácter comunicativo, los símbolos tienen como esencia la transmisión de un significado, el cual es determinado por un contexto específico en los distintos grupos sociales.

Este antropólogo norteamericano se centró en la naturaleza simbólica de los rasgos culturales, es decir en los significados que pueden tener en el entorno donde se producen y tienen validez o son parte de la construcción de identidad; esto es lo que él denomina las “estructuras simbólicas”.

Como hemos visto, la evolución del concepto ha sido revisada desde distintos enfoques en varios momentos, uno de los clásicos observaba al análisis cultural como parte de un sistema de clasificación por estadios, por grupos humanos, del mismo modo que las Ciencias Naturales, este enfoque resultaba pertinente en los siglos XVIII y XIX cuando en el contexto predominaban las ideas del evolucionismo con Spencer, Darwin y otros, y la óptica



positivista de método científico era el *main stream* de la época y sólo se aceptaban como válidos los hechos medibles y/o cuantificables.

No obstante en el último cuarto del siglo pasado, Clifford Geertz conforma con solidez una escuela subjetiva basada en la hermenéutica, que considera necesario analizar la cultura a partir, primero, de su rasgo simbólico, y segundo, con una metodología que debe ser interpretativa, más allá de clasificaciones y taxonomías, comprender a la manera de un texto las significaciones simbólicas vertidas en las prácticas sociales.

En ese sentido, una de las aportaciones más claras de Geertz fue la insistencia en la necesidad de una mirada comprensiva, hermenéutica, a fin de “revitalizar nuestros mecanismos de comprensión y nuestra sensibilidad incorporando nuevas analogías”<sup>19</sup>. Incluso planteaba con especial insistencia la importancia del trabajo empírico, el acercamiento a los hechos inmediatos de la vida social, a fin de no construir leyes en el ámbito social, sino interpretaciones, de ahí su concepción de la cultura que llama “densa”, “Entendida como sistemas en interacción de signos interpretables (símbolos), la cultura no es una entidad, algo a lo que puedan atribuirse de manera causal acontecimientos sociales, modos de conducta, instituciones o procesos sociales; la cultura es un contexto dentro del cual pueden describirse todos esos fenómenos de manera inteligible, es decir, densa”(1973:27).

En este sentido indica que el análisis cultural es, o debería ser, el hecho de conjeturar significaciones, estimar las conjeturas y llegar a conclusiones explicativas partiendo de las mejores conjeturas, y no el descubrimiento del continente de la significación y el mapeado de su paisaje incorpóreo. “No es necesario saberlo todo para comprender algo. (1973:31 y 32).

Gilberto Giménez señala, a partir de Geertz y Thompson, que “la cultura tendría que concebirse en primera instancia como el conjunto de hechos simbólicos presentes en una sociedad. “O más precisamente, como la organización social del sentido, como pautas de significados “históricamente transmitidos y encarnados en formas simbólicas, en virtud de las cuales los individuos se comunican entre sí y comparten sus experiencias, concepciones y creencias” (2005: 68).

---

<sup>19</sup> Retomado por Carlos Reynoso en el texto Interpretando a Clifford Geertz dentro de *La interpretación de las Culturas*, Barcelona, Gedisa, 2000, p.10.

El elemento central aquí es el simbólico, el símbolo y la cultura “no es solamente un significado producido para ser descifrado como un texto, sino también un instrumento de intervención sobre el mundo y un dispositivo de poder” (Giménez, 2005: 71).

Sin pretender ahondar en la discusión, señalaríamos que el rasgo determinista presente en varios autores aquí revisados ha sido objeto de crítica por establecer relaciones de causalidad y unidireccionalidad, en el caso de la cultura y el comportamiento el hablar de “esquemas de acción” “principios generadores de prácticas” “estructuras estructurantes” parece adoptar ese carácter, lo que nosotros planteamos al respecto es que si bien en la cultura se establecen criterios y reglas a partir de símbolos, signos y sus significaciones específicas y compartidas marcando rutas de acción, estos criterios no son definitivos. Se da en el comportamiento social una especie de inercia y movilidad con base en rutas trazadas por su propio desarrollo del hombre en sociedad, pero estas rutas, criterios, principios o esquemas no tiene un carácter definitivo.

El propio desarrollo y la historia del hombre en sociedad, así como la trayectoria individual y las contradicciones personales, las experiencias e interacciones, pueden construir nuevos derroteros o pautas, mismos que constituirían las bases del cambio y continuidad de la que habla Adler Lomnitz. Aquí Varela (2005: 88) puede contribuir a clarificar la idea “debemos dejar la posibilidad de que alguno o algunos propongan nuevos significados –que en principio todavía no son cultura-para que a su vez otros o todos la compartan y se haga cultura”. En este sentido la cultura posee un carácter ambivalente, enfoca u orienta la percepción de la realidad de los sujetos a partir de signos y símbolos compartidos, sobre todo en sus expresiones de clase pero permite esquemas individuales definidos por las propias trayectorias que forman parte de los cambios culturales. La dinámica de la cultura posee una dimensión política, en la cual y siguiendo a Michael Foucault, diríamos que todos los sujetos están insertos en relaciones de poder en determinados contextos históricos.

Este eje constituye un ángulo de investigación crucial en las Ciencias Sociales contemporáneas, particularmente por la presencia cada vez mayor de los medios de comunicación en la vida social, como artefactos y tecnología con contenido simbólico y como nuevos medios de reproducción técnica para el intercambio de formas simbólicas (Thompson, 2002), pero sobre todo porque el análisis de la cultura debe contemplar las relaciones de poder que implica la producción de discursos, como Thompson señala:

“Los fenómenos culturales son vistos ante todo como constructos significativos, como formas simbólicas y el análisis de la cultura se entiende como la interpretación de los patrones de significado incorporado a estas. Sin embargo los fenómenos culturales también están insertos en relaciones de poder y de conflicto. Los enunciados y las acciones cotidianas, así como fenómenos más elaborados como los rituales, los festivales o las obras de arte, son producidos o actuados siempre en circunstancias sociohistóricas particulares por individuos específicos que aprovechan ciertos recursos y poseen distintos niveles de poder y autoridad; y una vez que se producen y representa estos fenómenos significativos son difundidos, recibidos, percibidos e interpretados por otros individuos situados en circunstancias sociohistóricas particulares, que aprovechan ciertos recursos a fin de dar sentido a los fenómenos en cuestión” (2002: 201-202)

### **1.1.2 El enclave comunicación y cultura**

La relación de la comunicación con la cultura tiene sus orígenes muy atrás, desde que la humanidad es tal (McBride, 1980). El desarrollo de la comunicación en sus distintas etapas, (señales y gestos, el habla y el lenguaje, la escritura y la imprenta, así como la comunicación de masas) ha posibilitado la transmisión cultural.

En la investigación social podemos situar tres momentos históricos que favorecen el estudio sistemático de esa relación, permitiendo establecer vínculos para una visión interdisciplinaria y con mayor fuerza explicativa, así mismo se constituyen como parte central de las coordenadas históricas para nuestro marco interpretativo:

1. El surgimiento de la imprenta en el siglo XV.
2. En el periodo de la posguerra en el siglo XX, décadas de los sesentas, el surgimiento de los estudios culturales.
3. El auge en el consumo de telenovelas en América Latina a partir de la masificación del medio en la región, años 60-70 del siglo XX.

Estos tres momentos han favorecido la diversificación temática y por tanto la exploración de categorías y nociones interrelacionadas que nos han llevado a la profundización del conocimiento de la realidad social. Tal acercamiento ha propiciado nuevas rutas metodológicas donde se analizan el consumo y lo urbano, la cotidianidad y la comunicación, políticas culturales y ciudadanía, modernidad y globalización, pero sobre todo, entender a la comunicación desde una óptica sociocultural. Cabe apuntar que los dos últimos momentos que hemos establecido, han estado centrados en el estudio de la recepción, el sujeto angular es el receptor y por ende el estudio de las audiencias ha tenido mayor auge.

1. Sobre el primer punto existen pocos trabajos, no obstante una tesis destacada considera que los medios de comunicación se conformaron como la base para la constitución de la modernidad (Thompson 1998, 2002).

Con la invención de la imprenta las formas de transmisión cultural se modificaron sustancialmente. La producción y reproducción de los símbolos adquirió un carácter distinto, incluso el propio consumo debió adecuarse a los cambios que la tecnología en esa época suscitó.

Durante la segunda mitad del siglo XV las técnicas de impresión desarrolladas por Gutenberg que posibilitaban la producción de grandes cantidades de tipos para imprimir textos más largos, se extendieron rápidamente, estableciéndose imprentas en los centros comerciales más importantes de Europa. Thompson (2002) sostiene que ello marcó el comienzo de la era de la comunicación de masas coincidente con el desarrollo de las primeras formas de producción y comercio capitalistas, por un lado, y con los inicios de los Estados-nación modernos, por el otro.

Aunque no analiza con suficiente profundidad la génesis de la conformación de la industria mediática como conglomerados, que más tarde, con la globalización (Sinclair, 2000) adquiriría enormes dimensiones en la producción y circulación de contenidos (información y entretenimiento), sobre todo el flujo de algunos países a otros (McBride, 1980) y la implicación que en términos de la diversidad cultural ello conlleva; el análisis de Thompson permite identificar el momento clave en que las formas de transmisión cultural adoptan un carácter mediado, no sólo por un dispositivo técnico, sino por instituciones que a su vez generan un proceso de producción en tal labor (Alsina, 1989), incluso en su relación con el Estado.

De acuerdo a Thompson (2002: 243-251) existen tres aspectos de la transmisión cultural que nos permiten entender la importancia de los medios de comunicación en este proceso:

- A. El medio técnico de transmisión. Sustrato material de una forma simbólica, es decir, los componentes materiales con los cuales y en virtud de los cuales, una forma simbólica es producida y transmitida. Dentro de sus atributos está la fijación, la reproducción y alcance de la participación.
- B. El aparato institucional de transmisión. Conjunto determinado de arreglos institucionales en los cuales se despliega el medio técnico y se insertan los individuos que participan en la codificación y decodificación de las formas simbólicas. Los arreglos se caracterizan por reglas, recursos y relaciones de diversos tipos; típicamente implican relaciones jerárquicas de poder entre individuos que ocupan posiciones determinadas. Se constituyen como canales de difusión selectiva de las formas simbólicas, el conjunto de arreglos institucionales mediante los cuales las formas simbólicas se hacen circular, distintas maneras y en diferentes

- grados en el mundo social. Son el mecanismo por medio del cual se intercambian los bienes simbólicos en el mercado. Constituyen un marco en el cual las formas simbólicas pueden emplearse en el ejercicio del poder y se ven afectadas por él.
- C. El distanciamiento espacio-temporal implicado en la transmisión. La transmisión de una forma simbólica implica necesariamente su separación, en diversos grados, del contexto de su producción. Se puede dar en dos ámbitos, el contexto de copresencia en el que los individuos están ubicados en la proximidad inmediata, el de extensión de disponibilidad en el que se rebasa el contexto de copresencia.

2. En el periodo posterior a la Segunda Guerra Mundial el estudio de la cultura comenzó a diversificarse, sobre todo a partir de los cambios sociopolíticos y culturales que se suscitaron en la nueva reorganización geopolítica mundial, sustentada en un nuevo aliento del capitalismo, del desarrollo y presencia de la industria de la cultura, de los medios de comunicación y de las tecnologías de información, así hubo de renovar un campo semántico en la cultura para dar cuenta de lo que se estaba viviendo, experimentando y resintiendo (Gómez, 2006). La realidad imperante obligó a los investigadores sociales a la búsqueda de nuevos paradigmas y modelos que explicaran los cambios y fenómenos sociales. Hubo la necesidad de desplazar la mirada del paradigma positivista imperante en el siglo XIX hacia expresiones subjetivas en la búsqueda de explicaciones más profundas. En materia de comunicación el fortalecimiento del capitalismo, y por ende el auge de las industrias mediáticas así como la consideración de las condiciones materiales de existencia de las sociedades europeas, abrió la posibilidad de desplazar la mirada en distintos procesos que se gestaban en las audiencias.

Hay consenso en que la relación de la cultura con la comunicación mediada comienza a ser analizada sistemáticamente en Inglaterra en la década de los sesentas del siglo pasado, este enfoque asumió que los fenómenos comunicativos eran producidos en la cultura y que a partir de ello debía analizarse a la comunicación como proceso social. Maigret lo describe como un cambio generalizado “en Europa, el desarrollo de una verdadera ciencia social de la comunicación se realiza en el curso de los años 1960-1980, por fuera del paradigma de los efectos, tan poco productivo. Se fundamenta en una revitalización de los objetos en beneficio de una valorización de las lógicas de acción (2005: 23). Considera que la comunicación no es un dato (el de la naturaleza) ni un flujo de datos (el de la información en el sentido matemático) sino una relación permanente de sentido y de poder cuyas cristalizaciones son los contenidos y las formas de los medios (2005: 24).

En la década de los setenta el positivismo como modelo imperante en la investigación social se fortalecía en los Estados Unidos. La sociología empírica norteamericana se revitalizó a partir de su orientación derivada de las investigaciones de Lazarsfeld (1944) que más tarde daría pie a la corriente de los efectos limitados (Wolf, 1996) cuya mejor expresión es la teoría de usos y gratificaciones.

En tanto<sup>20</sup>, en Europa surge un nuevo paradigma teórico con fuertes influencias marxistas que revisa el concepto de cultura de masas desde distintas ópticas y latitudes. La Escuela Crítica de Frankfurt le atribuyó un lugar estratégico a la cultura, la masificación es por primera vez pensada no como un proceso sustitutivo, sino como constitutivo de la conflictividad estructural de lo social, la masa es vista como efecto de los procesos de legitimación, generándose la cultura de masas (Adorno y Horkheimer, 1986), como aquel proceso en el que los medios de comunicación fabrican sueños e ilusiones y provocan la total desintelectualización. Ahí se describe el lugar de la manifestación de la cultura, en el que la lógica de la mercancía se realiza y por tanto, la problemática cultural se convertirá por primera vez para las izquierdas en espacio estratégico desde la cual pensar las contradicciones sociales (Martín-Barbero, 1987). Estos se convierten en los preceptos teóricos heredados a la nueva corriente de los Estudios Culturales.

En Francia se puede observar en autores como Roland Barthes, Edgar Morin, Abraham Moles, Pierre Bourdieu y Régis Debray. En Italia, con Umberto Eco y Franco Rosita. En Inglaterra la Escuela de Birmingham funda el Centre of Contemporary Cultural Studies (CCCS), que estableció la tradición de los Estudios Culturales británicos (Gómez, 2006). No obstante éstos últimos tendrán un trabajo consistente, erigiéndose como un referente en la investigación social contemporánea.

Los Estudios Culturales van tomando forma entre la década de los sesenta y setenta<sup>21</sup>. El planteamiento base de esta corriente teórica se centrará en “considerar a la cultura en sentido

---

<sup>20</sup> Para una noción más clara e interesante del debate teórico-metodológico de la época entre la forma de hacer investigación norteamericana y la europea, como real y verificable la primera, y especulativa la segunda, puede verse la postura de Robert K. Merton en el texto “La sociología del conocimiento y las comunicaciones para las masas” de 1956, en Robert K. Merton (2002), *Teoría y estructura sociales*, México, FCE, pp. 523-540.

<sup>21</sup> En 1964 se funda el Centre of Contemporary Cultural Studies en Birmingham, Inglaterra que inicia una aproximación a los estudios en comunicación con una perspectiva culturalista, aunque su base fueron los estudios de Crítica Literaria de Frank Raymond Leavis, *Mass civilisation and minority culture* (1930). Leavis planteaba que el desarrollo del capitalismo industrial afectaba de manera importante las expresiones culturales populares y de élite, con lo que había que ir por la defensa de la educación frente a la cultura

amplio, antropológico, de pasar de una reflexión centrada en el vínculo cultura-nación a un enfoque de la cultura de los grupos sociales” (Mattelart, 2004: 15).

El cambio de modelo en el estudio de la comunicación pasó del paradigma de lo sólido al de lo fluido, y hubo un reencuentro con la experiencia social, con la subjetividad, y donde una serie de términos y conceptos fueron revisitados, cargados de un nuevo sentido, como sería el caso del sujeto, el poder, lo cotidiano, el consumo (Mattelart y Mattelart, 1989 y 1997).

Se observan tres rasgos predominantes en la concepción, desarrollo y actualidad de los Estudios Culturales:

1. La valoración de las formas tradicionales de simbolización en la vida cotidiana de la cultura popular a partir de la ruptura con la dicotomía civilización y cultura que le otorgan centralidad al receptor<sup>22</sup>.
2. La perspectiva crítica marxista de la sociedad a partir de los conceptos de dominación, ideología y hegemonía rebasando la concepción llamada “aristocrática”<sup>23</sup> que prevaleció en algunos planteamientos de la Escuela de Frankfurt.
3. El rescate y operacionalización del concepto de *industria cultural*<sup>24</sup> de la Escuela de Frankfurt, como parte del contexto estructural en el que se desarrolla la comunicación.

El desarrollo de los Estudios Culturales y su aportación a las Ciencias Sociales contemporáneas podría clasificarse por dos momentos importantes, a saber, el surgimiento

---

comercial. Los dos primeros directores del CCCS fueron Richard Hoggart (1964-1968) y Stuart Hall (1968-1979).

<sup>22</sup> Cuyo carácter se sobrevaloró al grado de ignorar las estructuras en la construcción del mensaje, las grandes industrias culturales, los procesos de transnacionalización y globalización de la sociedad, la circulación de los mensajes, etc.

<sup>23</sup> Los primeros trabajos de esta escuela alemana hacían un análisis crítico de la sociedad de masas, asumiendo que la cultura que se estaba desarrollando era una cultura industrial, la producción de la cultura por vías industriales y que consumieran a las masas. El eje de cultura estuvo a cargo de Theodor Adorno quien analizaba como la cultura de masas estaba acabando con la espontaneidad y el potencial revolucionario de la sociedad, planteando que los medios de comunicación tenían un papel central en ello. El punto clave de la visión calificada como aristocrática era que se consideraba sólo a las obras de arte como potenciadoras para la liberación y no se observaba en absoluto el uso de los medios como parte de las propias expresiones culturales de las “masas”.

<sup>24</sup> Es acuñado por primera vez por esta escuela de pensamiento neomarxista. Con esa noción se buscaba explicar el cambio radical que se estaba produciendo tanto en la forma de producción como en el lugar social ocupado por la cultura. Para Adorno y Horkheimer (1986) la industria cultural impondría métodos de reproducción que a su vez conducen inevitablemente a que, en innumerables lugares, necesidades iguales sean satisfechas por productos *standard*. Ramón Zallo (1992, 1998) define a la industria cultural como: un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo con una función de reproducción ideológica y social.

de la corriente en la década de los sesentas, en el que se da una valoración de la producción popular de significaciones y una vasta producción teórica al respecto planteando otra forma de mirar la relación medios sociedad a partir de la cultura; y el de su auge a partir de acercamientos empíricos pero con una metodología distinta a la predominante en las ciencias sociales en ese contexto histórico.

Siguiendo las bases del interaccionismo simbólico de la Escuela de Palo Alto y la noción hermenéutica de la interpretación de Clifford Geertz (1973, 1985), los culturalistas ponen énfasis en el carácter simbólico de la cultura y buscan acercarse justo donde se producen las significaciones, la vida cotidiana como escenario, empleando metodologías hoy llamadas cualitativas. Cobra una dimensión central la perspectiva fenomenológica en donde la producción de sentido y significaciones se lleva a cabo en la vida cotidiana. Más aun, en conjunción con los trabajos de Michel De Certeau (1990) se analiza con particular interés las estrategias de “los débiles” para resistir la dominación y su realidad a partir de prácticas cotidianas. En esa línea un concepto central es el de cultura popular donde se concentra una serie de producciones culturales con simbolismos propios desligados de los de la cultura dominante y donde se identifican elementos que se diferencian de la clásica concepción de cultura como cultivo del espíritu con las bellas artes, así como una noción más contemporánea y antropológica de producciones simbólicas que el hombre hace en sociedad. El corpus teórico de los Estudios Culturales se conformó principalmente con base en los trabajos de Richard Hoggart, Edward Palmer Thompson, Raymond Williams, y Stuart Hall. El común denominador de los textos de estos autores era la comprensión y recreación de la vida cotidiana de la clase trabajadora en la Inglaterra de mediados del siglo XX especialmente su consumo cultural y la producción de sentido a partir de la experiencia popular<sup>25</sup>.

La idea de resistencia a la dominación de las industrias culturales, que parte del postulado de Foucault de la “microfísica del poder”, en la que plantea que a toda acción de dominación le corresponde una reacción de resistencia; y el planteamiento de Gramsci sobre el carácter

---

<sup>25</sup> El texto *The uses of literacy: aspects of working-class life with especial references to publications and entertainments* de 1957 de Richard Hoggart es considerado uno de los pilares teóricos para esta corriente. El trabajo más representativo de Raymond Williams es *Culture and Society* de 1958 donde hace una genealogía del concepto de cultura en la sociedad industrial en lo que se ha tendido en llamar historia mental de las ideas. El texto más emblemático de Edward Palmer Thompson es *The making of the english work class* publicado en 1963, y se centra en el análisis sobre las prácticas de resistencia de las clases populares.



material de la cultura constituyen las bases teóricas desde donde se observa con detalle las luchas sociales y la interacción entre cultura y economía.

El planteamiento de Gramsci (1975) (Chiu, 1991) sobre el carácter material de la cultura, la noción sobre la conflictividad permanente de las relaciones sociales, así como el concepto de hegemonía<sup>26</sup> constituyen las bases teóricas donde se observa con detalle las luchas sociales y la interacción entre cultura y economía, que posibilitan ampliar el estudio de la comunicación.

En tanto que el concepto de ideología resulta de gran utilidad en esta corriente dado que los medios constituyen instituciones que vehiculan/transmiten intereses específicos de ciertos grupos de poder. En una lectura más moderna de Althusser (1974), los estudios culturales consideran que el análisis no debe centrarse sólo en la recepción sino en un proceso completo, dado que los textos implican una codificación con contenidos implícitamente ideológicos y que forman parte de mecanismos de consenso.

Thompson (2002: 384) considera que el carácter mediatizado de la cultura moderna y no la supuesta secularización y racionalización de la vida social, es el que debería proporcionar el principal marco de referencia en relación con el cual se reconsidere hoy el análisis de la ideología, esta se puede analizar en términos de las maneras en que el significado transmitido por las formas simbólicas sirve para establecer y sostener relaciones de dominación, y en las sociedades caracterizadas por el desarrollo de la comunicación de masas el análisis de la ideología se debería interesar centralmente en las formas simbólicas transmitidas por los medios técnicos de comunicación de masas.

En el concepto de cultura de esta corriente caben tanto los significados y los valores que surgen y se difunden entre las clases y los grupos sociales como las prácticas efectivamente realizadas a través de las que se expresan valores y significados y dentro las que están contenidas. Los medios de comunicación de masas desarrollan una función primordial al actuar como elementos de esas relaciones (Wolf, 1987:121).

---

<sup>26</sup> Analiza los mecanismos de integración social en las sociedades industriales de las primeras décadas del siglo XX donde prealecía el consenso sobre la fuerza como parte de la teoría del Estado Moderno. El concepto constituye una de las aportaciones más destacadas del siglo pasado del marxismo, dado que busca desentrañar el aspecto consensual en la dominación burguesa y los mecanismos de transmisión ideológica como parte de las bases materiales de la producción y reproducción de la vida social, y resulta de gran utilidad para comprender a las sociedades actuales en cuyo centro la democracia se establece como el ideal de un sistema político.

Para James Lull, comunicólogo culturalista norteamericano, la cultura adopta un carácter general -por cuanto observa distintos aspectos de su expresión y ámbitos-, basándose en el planteamiento de Raymond Williams (1958) quien definió a la cultura como “un particular modo de vida” moldeado por valores, tradiciones, creencias, objetos materiales y por un territorio. Para Lull la cultura “es una compleja y dinámica ecología de personas, cosas, cosmovisiones, actividades y escenarios que fundamentalmente permanece estable, pero que también va cambiando en virtud de la comunicación de rutina y la interacción social. La cultura es un contexto. La cultura es el modo que tenemos de hablar y de vestirnos, es lo que comemos y cómo lo preparamos, son los dioses que inventamos y los modos en que los veneramos, la forma en que repartimos el tiempo y el espacio, cómo bailamos, los valores que les inculcamos a nuestro hijos y todos los demás detalles que conforman nuestra vida cotidiana” (1995:92).

En Lull encontramos dos rasgos interesantes. El primero es que, al igual que Bourdieu, hace énfasis en el carácter determinante de las condiciones materiales de existencia con particular atención en la clase social y que se erige como un diferenciador importante en el estilo de vida. El segundo rasgo es el reconocimiento e interés por lo que se ha llamado “la cultura popular”<sup>27</sup> como formas alternas a la cultura legítima del discurso dominante. Lull realiza investigaciones importantes sobre la recepción en familia y el contexto en el que se realiza<sup>28</sup>, sobre todo establece cómo la práctica cotidiana de ver televisión en familia se articula y conforma como práctica cultural en determinado contexto histórico.

Las aportaciones centrales en el ámbito teórico de los Estudios Culturales en la comunicación son tres:

- Caracterizar el proceso entre el mensaje y el receptor como una práctica compleja de construcción de sentido, ubicando a la producción de la recepción de mensajes masivos en un marco semiológico-marxista.
- Desplazar la mirada hacia las prácticas culturales populares por oposición a la alta cultura.
- Situar al espacio social de convivencia cotidiana de los sujetos como central en las prácticas culturales.

---

<sup>27</sup> Constituye un concepto central en los Estudios Culturales (Hoggart, 1957), (Williams, 1958), (Thompson, E.P., 1963), y en el pensamiento latinoamericano (Martín Barbero, 1987).

<sup>28</sup> Es su investigación en China posterior a la masacre en la Plaza de Tienamen plasmada en *China turned on: television, reform, and resistance* (1991), y otros como *World families watch television* (1988), *Inside family viewing: ethnographic research on television's audiences* (1990), entre otros trabajos.

El centro de la aportación teórica como nuevo paradigma de análisis para la recepción, se encuentra de manera precisa en los planteamientos de Stuart Hall sobre los tres modos de interpretación o decodificación de los receptores utilizando elementos de la crítica textual y literaria, de la semiología francesa, así como del concepto marxista de ideología (En Morley, 1996):

- Modo de codificar, aceptación de las ideas dominantes.
- Modo modificador de significaciones rescatadas, es un modo negociador.
- Modo de oposición o resistencia que atrae referencias antagónicas para interpretar el mensaje.

En este enfoque, el proceso de comunicación es una articulación de prácticas de significación en un campo de fuerzas sociales enraizadas en un cuerpo de conocimiento y en las estructuras de sentido disponibles en una sociedad determinada, a través de reglas del quehacer profesional y de las especificidades de cada medio de comunicación.

Una aportación metodológica de esta corriente al estudio de la comunicación se da a partir del desarrollo de una etnografía comprensiva, como forma de acercamiento acucioso y detallado que permitió conocer el desarrollo de prácticas sociales en el ambiente en el que se daban, el ambiente natural.

En la década de los 80, David Morley operacionaliza el modelo de la codificación-decodificación de Hall mediante el estudio de recepción de la revista *Nationwide*.<sup>29</sup> Este cuestionado estudio, desde la lógica positivista, es uno de los primeros en probar empíricamente ese modelo a partir de una perspectiva etnográfica basada en sesiones de grupo y observación directa.

Este autor estudia cuatro dimensiones:

- La introducción de la noción de contexto doméstico en el estudio de la recepción.
- La conceptualización de la televisión como una tecnología doméstica.
- La elección del hogar como unidad de análisis.
- La noción de dinámica familiar.

La crítica fundamental que esta corriente o paradigma ha tenido más allá de las de corte metodológico, es la que tiene que ver con la concepción sobre la capacidad crítica y el optimismo, tal vez excesivo, sobre la actividad en la recepción. Al interior mismo de la corriente los debates han sido interesantes y han girado de manera importante hacia lo que

---

<sup>29</sup> El primer texto que publica Morley al respecto es *The Nationwide Audience* en 1980 y en 1986 edita otra investigación titulada *Family television: Cultural Power and Domestic Leisure*,

los propios “estudiosos culturales” han tendido en llamar “de la fetichización de las instituciones a un modelo demasiado populista e idealizado de consumo de los medios de comunicación”<sup>30</sup>.

De hecho el propio Morley señaló en trabajos posteriores (1997) los riesgos de la mitificación de la actividad de la audiencia y la negación del poder de las estructuras sociales y el direccionamiento insistentemente ideológico de los textos mediáticos.

Este enfoque constituye una inflexión en el desarrollo de estos trabajos (Dayan, 1997), ya que al interior de la corriente, Morley (1997) ha señalado la exageración de la polisemia de los textos y la valorización populista de la actividad de los públicos.

Schudson (en Morley, 1997) señala que no hay que ceder a la tentación que consiste en transformar el proceso semiótico en objeto de culto, y en analizarlo fuera de todo contexto, haciendo abstracción de las relaciones sociales de poder. Schudson reconoce que los públicos no absorben a la cultura como si fueran esponjas y que un público popular puede ser atento, reflexivo y culturalmente productivo pero ello no implica que el público popular sea siempre crítico o siempre creativo.

Con atino esta aseveración cuestiona y pone el acento en la importancia de las estructuras sociales, la intencionalidad de los textos así como el direccionamiento que se puede establecer en algunos grupos sociales. De hecho si tomamos en cuenta que la realidad tiene un carácter de constructo social (Berger y Luckman, 1967) y que los medios de comunicación traducen la misma de acuerdo a sus propias determinaciones construyendo los acontecimientos en noticias (Veron, 1987) (Alsina, 1989) (Tuchman, 1978), podremos comprender que la polisemia del texto y la actividad de los receptores pueden tener limitaciones estructurales y el emisor tiene también un papel importante en el proceso.

Ang (1997) por su parte, apunta que los estudios de recepción que surgieron del proyecto de una crítica de la cultura han caído en una especie de positivismo, la diversidad de las lecturas es automáticamente elogiada como la marca de una libertad. La resistencia del espectador se

---

<sup>30</sup> Se esboza el debate en la Introducción general del libro más reciente sobre Estudios Culturales del grupo del Goldsmith Collage de Londres hacia donde se desplazó la investigación en el tema, y en el que además señalan con claridad que en el libro existe pluralidad de perspectivas y que “en principio somos contrarios al tipo de discurso originario que consideraría el Centro de Estudios Culturales Contemporáneos (CCCS) de la Universidad de Birminham como la única fuente genuina de lo que hoy el altamente diversificado campo de los estudios culturales”, no obstante se reconocen y aceptan como poseedores de “una herencia común”. Curran, James, Morley, David y Walkerdine, Valerie (comp.) (1998). *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*, Paidós, Barcelona.

ha transformado en una especie de artículo de fe y ello equivale a desconocer que toda resistencia presupone un poder. Esta afirmación tiene mucho sentido pues expresa una necesidad de indagar en la relación de la audiencia con los medios considerando todas las posibilidades, desde los efectos directos, hasta la total resistencia, pasando por la “autonomía relativa”<sup>31</sup>.

Estas reflexiones más recientes sobre la recepción resultan de gran trascendencia, y aunque de un modo u otro llevan a la eterna discusión de los efectos de los medios de comunicación, las aportaciones teóricas y empíricas de los estudios culturales obligan a poner atención tanto en la complejidad de los procesos de recepción, como en la importancia de los mismos en la vida cotidiana y en la construcción de sentido, pero sobre todo en una relación a largo plazo con los medios y la cotidianidad, en una relación en la que la propia rutina está completamente imbricada con ellos.

3. El tercer momento histórico que nos permite trazar la relación entre la cultura y la comunicación, es el del auge en el consumo mediático, sobre todo el de telenovelas en América Latina a partir de la masificación del medio en la región en la década de los sesenta en el siglo pasado. Ello debido a la importancia que cobró el género y que mantiene en la actualidad. En términos cuantitativos los índices de audiencia que alcanzan cada día en México y en muchos otros países, y en términos cualitativos, su imbricación en la vida cotidiana, la construcción de formas simbólicas sobre la base de la ficción que se anclan en elementos de la vida social, política, económica para ser parte de la cultura.

Este periodo es importante dado que no sólo permite observar un cambio cultural en la transmisión de formas simbólicas sino en el “uso social de los medios de comunicación”. De ahí surgió una perspectiva latinoamericana sobre el estudio de la cultura concentrada en los medios de comunicación al reconocer su importancia en la generación y reconstrucción de espacios con un amplio contenido sociocultural más allá de su simplificación y trivialización de la realidad y la posibilidad de comprender a las audiencias desde la lectura y uso que hacen de ese género.

Ello bajo una perspectiva claramente matizada por la conciencia de la realidad política y económica de la región: Latinoamérica. Una realidad de dominación cultural que inicia en el

---

<sup>31</sup> Concepto tomado de Orozco Gómez (1994)

siglo XVI en el proyecto modernizador de occidente y que por ende implica una noción de resistencia, una verdad cultural y otra visión de la modernidad latinoamericana.

Como parte de esta visión García Canclini (1990) ha planteado que la hibridación entre lo amerindio y lo hispano ha permitido una forma de cultura que ha resistido la penetración de otras culturas, la española en el siglo XVI y más recientemente la norteamericana, dado que en las relaciones interculturales hay pactos muy desiguales.

Jesús Martín Barbero (1987) ha insistido en que el estudio de la masificación de la cultura, inevitablemente pasa por el análisis de los medios de comunicación, pues la ideología impone a la comunicación en la lógica de la dominación, dice que es importante reflexionar sobre la constitución del discurso de los medios en relación a la identidad cultural de las audiencias y las estrategias de resistencia y uso que estas hacen de ellos. Por un lado el discurso narrativo de los medios de comunicación se adapta a la tradición narrativa popular del mito y el melodrama y por el otro la audiencia se reconoce en este discurso pero a la vez establece estrategias de resistencia ante la hegemonía cultural de los mismos<sup>32</sup>.

A partir del concepto de *mediaciones*<sup>33</sup> Martín-Barbero (1987) explica el conjunto de formas, condiciones y espacios desde los que los medios de comunicación son producidos y consumidos. Sugiere tres enfoques de *mediación* que pueden volver asequible para el investigador la producción de contenidos:

1. La vida cotidiana y familiar
2. La conexión de los ritmos temporales
3. Géneros de los medios

Esta visión permite comprender que los contenidos mediáticos pueden entenderse también en relación con el receptor, ello a pesar de que el estudio clásico de la cultura se centraba en acciones civilizatorias que desconocían la producción cultural de la audiencia. Su construcción ideológica es importante y no debe descuidarse para comprender el fenómeno general de la comunicación; pero en los contenidos mediáticos como los de la ficción y en específico de las telenovelas, puede verse como logran aglutinarse varias dimensiones, entre ellas las de las ilusiones y fantasías que se ubican entre la utopía y el *imaginario social*<sup>34</sup>. Este

---

<sup>32</sup> De esta perspectiva se desprenden investigaciones como las de González (1998a, 1998b, 1998c) donde el estudio sistemático de la telenovela deja ver como al plantear situaciones elementalmente humanas el género se constituye en una fuerza social.

<sup>33</sup> Acuñado originalmente por Manuel Martín Serrano, según el propio Jesús Martín Barbero (1987) y más tarde será nuevamente retomado por Guillermo Orozco en su modelo llamado de “multimediaciones”.

<sup>34</sup> Baczco (1984) menciona que Marx reflexionó sobre los imaginarios sociales en el manejo de la vida social. Para Marx, la Ideología engloba las representaciones que una clase social se da así misma, de sus

concepto desarrollado por Branislav Baczko, (1984) puso en evidencia que todo poder, sobre todo el político se rodea de representaciones colectivas y que para él, el ámbito de lo imaginario y de lo simbólico es un lugar estratégico, esos son *los imaginarios sociales* y los símbolos sobre los cuales se apoyan los primeros forman parte de complejos y compuestos sistemas, en especial los mitos, las utopías y las ideologías, en términos del marxismo sería la propia ideología de la clase dominada.

En la óptica de Martín-Barbero se admite la capacidad comunicativa de la audiencia que puede advertirse en su imbricación con los contenidos que los medios proponen y su naturaleza negociadora.

Para el autor, esta reflexión cobra sentido en el caso particular de las telenovelas pues entenderlas significa construir y dilucidar su lugar en la dinámica de los modos en que las clases sociales se relacionan entre sí en los procesos de constitución social del sentido. Las telenovelas han sido vistas como una degradación cultural por su contenido reiterativo, previsible, profundamente reaccionario y puritano, pero al mismo tiempo, a través de ellas es posible documentar los pesares, fantasías, temores y frustraciones de amplias capas de la población, principalmente de las clases bajas y medias (González, 1998a). Más adelante profundizaremos en este género de obligada reflexión por la relación que, a partir de él, se establece entre las audiencias y nociones como el *imaginario social*, la negación del conflicto entre clases en la cotidianidad, ello como parte de un consumo cultural que articula la vida social de familias mexicanas.

El enfoque culturalista sobre el que insiste Martín-Barbero permite entender a las prácticas diarias como el consumo que no necesariamente constituye la interiorización de valores de otras clases, sino como resultado de la apropiación y/o reapropiación de ciertos modos de hacer. Sobre todo de los usos provenientes de diferentes competencias culturales.

Jorge González (1994) ha desarrollado el concepto de “frentes culturales” para describir que existen espacios de lucha por la reivindicación y defensa de la identidad grupal y a partir de ello analiza el lugar de la telenovela como práctica comunicativa. El concepto central del

---

relaciones con sus clases antagonicas, así como de la estructura global de la sociedad. 1) Una clase social justifica sus objetivos, concibe su pasado y futuro a través de sus representaciones ideológicas. 2) La lucha de clases pasa necesariamente por el campo ideológico. 3) En cada formación social las representaciones de la clase dominante forman la ideología dominante, 4) La clase dominada sólo puede oponerse produciendo su propia ideología (necesario para tomar conciencia) y 5) La ideología posee doble función. Por un lado expresa la situación e intereses de una clase y por otro sólo se hace deformando y ocultando las reales relaciones entre clases (rel. de prod., eje del conflicto de la lucha de clases).

que parte es el de “cultura popular” como espectro de expresiones de la cultura no legítima ni dominante. El trabajo de González resulta muy ilustrador no sólo por ser de carácter empírico al explorar los “usos sociales” de las telenovelas como unidad de análisis, sino porque al partir del principio explicativo de Pierre Bourdieu del *habitus* crea el de “desniveles culturales” para describir la mayor o menor distancia que tiene cada clase social respecto de la manera oficial en que se sugiere la interpretación y el uso de una determinada práctica o mensaje (en Lozano Rendón, 2007: 190) con el que analiza el consumo de la ficción.

De hecho logra establecer a partir de entrevistas en profundidad y diversas encuestas, que las telenovelas son un producto comunicativo presente en la vida cotidiana de todas las clases sociales a pesar del desprecio que se tiene hacia ellas, desde una óptica intelectual de cultura. Este autor no integra la política como categoría de análisis, no obstante creemos que la dimensión utópica (Krotz, 1996) que se desprende del análisis del autor con respecto a ese género televisivo, es central para comprender esta relación, más adelante profundizaremos sobre ello. En el siguiente apartado discutimos el acercamiento casi generalizado a la cultura política que prácticamente ha ignorado aspectos centrales de la comunicación como los antes descritos para entender este fenómeno, y se señala que cuando los ha habido se han limitado a establecer su importancia sobre la base del carácter normativo.

## **1.2 LAS APROXIMACIONES A LA CULTURA POLÍTICA. RESCATANDO ELEMENTOS PARA TRAZAR UNA RUTA TEÓRICO-METODOLÓGICA ALTERNA**

El concepto de “cultura política” es relativamente nuevo en las Ciencias Sociales en México. Comenzó a tener mayor visibilidad a partir de tres episodios cataclísmicos en nuestra sociedad, el terremoto que sacudió la Ciudad de México en 1985, las cuestionadas elecciones presidenciales de 1988 y las explosiones en la ciudad de Guadalajara en 1992 (Krotz, 1997), cabe agregar que el proceso de transición a la democracia, iniciado electoralmente en 1994, dio a la noción gran vitalidad y razones para su estudio y empleo, sobre todo en su perspectiva más clásica.

Como sucede con muchas otras nociones, la de cultura política ha tenido abordajes desde diferentes disciplinas tales como la ciencia política, sociología, la psicología, la antropología y la comunicación. En esta sección abordaremos inicialmente la politológica, desde el enfoque funcionalista ya clásico, dado que esa perspectiva ha permeado en la lógica de la



investigación tanto en la ciencia política como en la comunicación; además es justo ese enfoque dominante el que nos parece limitado en la actualidad para comprender como la sociedad significa diversas acciones en la estructura del poder, y que en ese proceso la comunicación, mediada y no mediada<sup>35</sup> juega un papel esencial.

Luego haremos comentarios muy breves sobre el abordaje en la sociología y la psicología para detenernos en la antropología política mexicana, en donde se ha construido una perspectiva alterna, de ahí partiremos para fundamentar nuestra posición.

El concepto clásico de cultura política fue formulado hace más de cuarenta años por dos politólogos norteamericanos Gabriel Abraham Almond y Sydney Verba (1963), ellos concibieron a la cultura política como las creencias, actitudes, valores, ideales, sentimientos y evaluaciones sobre el sistema político y su posición dentro del sistema predominante en un pueblo. Esta perspectiva tiene implícitamente una concepción evolucionista y funcional que se operacionaliza en un sistema que está organizado bajo esa perspectiva y que no es necesariamente aplicable a la organización, historia y particularidades de los países de América Latina. Además su carácter normativo no alcanza a distinguir procesos y contradicciones sociales en países con una enorme desigualdad social como lo son los de esta región.

De acuerdo a los planteamientos de Almond y Verba, la cultura cívica es un tipo particular de cultura política, basado en la aceptación y adhesión de la autoridad política, la creencia en las posibilidades de influenciar las decisiones políticas y la confianza de los conciudadanos (1963).

Los niveles que este modelo asienta son tres:

- Cognoscitivo: información con que se cuenta acerca del sistema político.
- Afectivo: incorpora el sentimiento de pertenencia y el tipo de identificación que establece con relación a los distintos componentes del sistema.
- Evaluativo: opiniones y juicios de valor sobre el sistema.

---

<sup>35</sup> Se considera a la comunicación no mediada como aquella que tienen un carácter interpersonal, donde la interacción no necesariamente requiere un medio tecnológico, puede darse cara a cara, de acuerdo a George Mead el principio básico para la organización social humana es el de la comunicación que implica la participación en el otro. Esto requiere la aparición del otro en la persona, la identificación del otro con la persona, la obtención de la conciencia de sí a través del otro (Mead, 1999).

A partir de estos niveles los autores consideran que la cultura política puede clasificarse en tres formas:

- La parroquial, propia de sociedades poco diferenciadas donde las funciones políticas se encuentran insertas en otras instituciones sociales;
- La de subordinación, pasiva y asociada a la existencia de regímenes autoritarios y,
- La de participación, idealmente aquella que favorece la existencia de regímenes democráticos debido a los deseos de los individuos por ejercer sus derechos y obligaciones.

Las aportaciones de estos investigadores<sup>36</sup> fueron producto de un estudio empírico llevado a cabo mediante una metodología cuantitativa a nivel mundial, la recopilación de información incluyó a México. Entre las conclusiones del estudio figura que en el caso mexicano la cultura cívica era predominantemente “parroquial”, misma que se caracterizaba por ser dependiente y poco participativa. De modo que el punto al que habría que llegar o “evolucionar” sería a una cultura participativa como un rasgo hacia la democracia.

Cabe decir que esta perspectiva resulta de una posición etnocéntrica pues partió de estándares construidos con base en la realidad de la sociedad norteamericana que no necesariamente constituyen el modelo ideal de sociedad democrática y no se ajusta a los contextos latinoamericanos con sus propias contradicciones e historia.

Habría que agregar además que la metodología cuantitativa que desprende de este enfoque es limitada para una concepción amplia sobre la cultura y la política. Si bien esta metodología aporta datos concretos y verosímiles, se limita a una serie de variables predefinidas que impiden captar otros aspectos sobre esta compleja relación. La perspectiva sobre la cultura cívica de estos autores posee un carácter funcional al centrarse en la marcha del sistema político y se ubica en el plano individual desde un modelo psicosocial. Su enfoque hacia la medición de actitudes e información permite el conocimiento de variables concretas, pero carece de una posición crítica. Los aspectos de carácter subjetivo no son observados, ni los aspectos de carácter simbólico propios del análisis de la cultura como la producción de significados así como la apropiación y resignificación de los mismos.

No obstante, esta perspectiva se ha generalizado en la investigación social como forma de acercarse a la opinión y valoración de los ciudadanos sobre el sistema político. En la región

---

<sup>36</sup> En la Universidad de Princeton han conformado una escuela con Robert Putnam y Ronald Inglehart como los más destacados en el área. Inglehart coordina anualmente la Encuesta Mundial de Valores, EMV (World Values Survey) y según él sus investigaciones constituyeron el renacimiento de la cultura política.

latinoamericana se ha empleado para analizar la percepción social en torno a los procesos llamados de transición a la democracia después de las dictaduras.

La investigación del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo en América Latina (PNUD), presentó en 2006 el informe del periodo 2001-2005 denominado “La Democracia en América Latina. Hacia una democracia de ciudadanos y ciudadanas”<sup>37</sup>. A partir de una investigación empírica basada en una encuesta de opinión en dieciocho países de la región y entrevistas a líderes e intelectuales de América Latina, se elaboraron indicadores sobre la percepción del estado de la democracia. Como una forma de conocer el tipo de información que se establece se describe aquí lo que a grandes rasgos el estudio arrojó:

- ❖ En la región existen hoy “democracias electorales” después de largas décadas de autoritarismos.
- ❖ Poco más de la mitad de los entrevistados sacrificaría un gobierno democrático en aras de un progreso real socioeconómico (54.7%).
- ❖ El desarrollo de la democracia depende de que se amplíe de manera decidida la ciudadanía social, sobre todo a partir de la lucha contra la pobreza y la desigualdad. Los indicadores muestran que todos los países de la región son más desiguales que el promedio mundial.<sup>38</sup>
- ❖ Se plantea la urgencia de una política generadora de poder democrático, cuyo objetivo sea la ciudadanía integral.<sup>39</sup>
- ❖ Se comienza a distinguir entre la democracia como sistema de gobierno y el desempeño de los gobernantes en general.
- ❖ Los partidos políticos se encuentran en una crisis severa expresada en la desconfianza de la gente, que los percibe como distantes.
- ❖ El gran desafío es el fortalecimiento de la ciudadanía a partir del valorizar el sentido de la política en su capacidad de crear opciones para promover nuevos proyectos colectivos viables. La política es hoy el sustento del desarrollo latinoamericano.
- ❖ La representación de amplios grupos poblacionales es, en general, baja y la asistencia a las urnas, irregular.

Este tipo de información se ha constituido como básica para definir la relación de los ciudadanos con la política, forma parte de diagnósticos, análisis de coyuntura, prospectiva, etc, y aunque es valiosa para acciones y diagnósticos específicos y “precisos”, se limita a captar las percepciones al momento de que se hace el levantamiento del trabajo de campo, no explora las razones y concepciones, ni las relaciones entre múltiples factores afines a las vivencias cotidianas de los ciudadanos con respecto a la política.

---

<sup>37</sup> Para mayor detalle ver Página electrónica de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

<http://democracia.undp.org/Informe/Default.asp?Menu=15&Idioma=1>. Consulta abril del 2006.

<sup>38</sup> El informe agrega que en 15 de los 18 países estudiados más del 25% de la población vive en la línea de la pobreza y en 7 de ellos más de la mitad de la población vive en esas condiciones.

<sup>39</sup> Se refiere a considerar que el ciudadano de hoy debe acceder armoniosamente a sus derechos cívicos, sociales, económicos y culturales, y que todos ellos conforman un conjunto indivisible y articulado.

En ese sentido concordamos con la crítica a la perspectiva clásica de Almond y Verba que hace Norbert Lechner (1987, 1990, 1995, 1999) quien ha señalado que el estudio de la cultura política se basa equivocadamente a partir de la medición de las creencias y preferencias expresadas en las encuestas de opinión pública, y su análisis debe contemplar sistema de valores, representaciones simbólicas e imaginarios colectivos. Un aspecto importante para él, quizá decisivo de la cultura política, es lo “autoevidente”, aquello que la gente no verbaliza ni explicita por considerarlas algo “normal” o habitual” (prejuicios, actitudes). Indica que las representaciones simbólicas son parte de lo no consciente y permiten hacer inteligible la realidad y dar sentido a las relaciones sociales. La política contribuye a producir y a reproducir las representaciones simbólicas de lo que está a disposición de la voluntad política, de lo deseable, lo factible y lo posible.

Lo que la ciencia política nos ha dejado en este campo es colocar a la ciudadanía frente a los procesos electorales, al Estado y al sistema político, desglosar las actitudes y comportamientos que esta confrontación deja ver, las percepciones y conocimientos, las emociones y razones; permite acercarse, desde una óptica funcional y positiva, a una relación medible entre ciudadanía y Estado, entre ciudadanía y funcionamiento de la democracia a una relación sumamente valorativa, pero sin captar otras dimensiones del fenómeno.

En la sociología, por su parte, existe una discusión intensa que adquiere un carácter crítico, y manifiesta una tendencia saludable a la pluralidad de paradigmas (Gutiérrez, 1996), con base en ello y a partir de una concepción weberiana sobre el estudio del papel de la cultura en la construcción de los sujetos políticos, Roberto Gutiérrez analiza la teoría y el análisis de la cultura política. Señala que:

“La cultura política del México contemporáneo se encuentra marcada por tendencias contradictorias, provenientes tanto de la ‘cultura súbdito’ tradicional como de nuevas formas de entender y asumir la temática de la participación, el poder y la organización. Aún ahora tanto en el campo de la sociedad civil como en el de la sociedad política, es posible detectar los rasgos de una cultura política donde la indiferencia y el providencialismo se niegan a desaparecer del todo, a pesar de que sus motivaciones y resortes se han erosionado significativamente del todo” (1996:58).

Por otro lado, el estudio de la cultura política desde la óptica de la psicología, considera como génesis dos momentos cruciales en la historia de la humanidad, el desarrollo de la disciplina durante los periodos de guerra cuya utilización se centraba en la persuasión así como en la industria tras la creciente industrialización en el siglo XX y el periodo posterior a

la Segunda Guerra Mundial donde la investigación se centra en el estudio de las actitudes en el plano individual (Campbell, 1964) (González, 1996).

El concepto de cultura política en la psicología social mexicana, no ha sido reconocido como motor de cambios, sino a través de conceptos indirectos o análogos, González (1996) señala que participación política tiene un referente mayor en la discusión. Este autor ha planteado que desde esta disciplina, la cultura política se ha definido como un conjunto de valores, actitudes y conductas que conforman el marco de participación política donde el ciudadano define y redefine su comportamiento, modula sus relaciones y las percepciones del poder (1996). Al mismo tiempo, ese autor considera que el ciudadano perfecciona sus focalizaciones sobre determinados problemas de la sociedad, toma distancia y se posiciona para determinar sus opiniones, actitudes y las conductas en las cuales participa (1996: 151-152). La definición deja ver que hay un énfasis claro en el ciudadano como individuo y la serie de conceptos clásicos de esta ciencia, actitudes y conductas, perspectiva que deja de lado los procesos de grupo y la socialización que implica la cultura, aspecto central para la antropología.

### **1.2.1 La aproximación antropológica a la cultura política, su abordaje conceptual y su metodología**

El concepto en estudio encontró en la antropología uno de los más importantes esfuerzos de explicación, en ella se indaga y explora su dinámica, sus componentes, las relaciones que se imbrican y los significados que se construyen en ese proceso. Esta perspectiva no se limita a describir el comportamiento de los ciudadanos frente al sistema político y su funcionalidad para la democracia sino penetra en el plano de lo simbólico.

Como señala Tejera (1998) citando a Nivón (1990), la antropología se ha propuesto estudiar la cultura política desde una perspectiva no solamente más acorde con el orden simbólico de lo político, sino también con los efectos de la acción social (en la cual dicho orden simbólico juega un importante papel) sobre las estructuras de poder. Y agrega que el propósito ha sido comprender los procesos que dan lugar a las transformaciones en las relaciones e instituciones políticas. En consecuencia, el énfasis en la investigación se ha dirigido a la explicación de las premisas y las causas de la acción e interacción política de diversos grupos sociales, así como de los efectos de éstas sobre su entorno. Dicho énfasis puede explicarse

en la medida en que la perspectiva antropológica de la dimensión cultural es fundamentalmente social.

Esta particularidad resulta trascendente para efectos de nuestra investigación por lo que esta perspectiva hermenéutica implica en términos metodológicos, dado que permite rebasar la perspectiva de medición de actitudes y valores, y dirige el estudio hacia la relación de los componentes y sus rasgos esenciales como son la transmisión, la perdurabilidad y en complemento, los cambios que son posibles y paulatinos. Más adelante discutiremos con mayor profundidad este aspecto.

Hay que agregar que la comunicación ha encontrado en la antropología herramientas analíticas y metodológicas para explicar distintos fenómenos sociales. De ahí la pertinencia de revisar las razones teóricas en que estas coincidencias se justifican. Es decir, cuando estudiamos la cultura cuyo rasgo sobresaliente es la dimensión comunicativa que manifiestan las sociedades, estamos tratando de explicar el modo en que distintos procesos de comunicación se resignifican a partir de distintas *mediaciones* como la familia, la clase social, el contexto, etc., y como este proceso se integra a las percepciones sobre la política. El acercamiento antropología y comunicación es muy fértil en términos de metodología y de construcción teórica, sobre todo considerando que en este enfoque de cultura política hay pocos trabajos en México que han discutido con profundidad la importancia de la comunicación en ese sentido.

Uno de ellos es el de Rosalía Winocur (2002) que aunque se ha concentrado en el estudio de radio, a diferencia de nuestra investigación, su trabajo es importante en la medida en que reflexiona y explora empíricamente como la sociedad construye una perspectiva propia sobre lo público en ese medio, al encontrar en él un vínculo clave con el Estado. Ese trabajo parte de la importancia de la integración de los medios de comunicación en la vida cotidiana como un elemento central para adentrarse en los procesos de opinión pública contemporánea, mismos que tienen como referente clave el material simbólico que ellos proveen.

### **1.2.2 Los abordajes de la cultura política en la investigación mexicana**

Como se ha dicho antes, el estudio de la cultura política en México ha tenido un abordaje con un claro predominio de la perspectiva funcionalista de la cultura cívica de Almond y Verba. Después de la publicación del texto de esos autores y como parte de lo novedoso del fenómeno, se publicaron en México los dos primeros trabajos sobre este tema, ambos de

tipo ensayístico. Uno traducido del inglés de James David Barber (1973), *El ciudadano político: relación entre la cultura y la actitud política* y otro de autores mexicanos: Francisco González Pineda y Antonio Delhumeau (1973) *Los mexicanos frente al poder: participación y cultura política de los mexicanos*, del Instituto Mexicano de Estudios Políticos (IMEP).

El primer estudio empírico en México sobre el fenómeno fue desarrollado por el politólogo Rafael Segovia de El Colegio de México<sup>40</sup>. Operacionalizando el modelo de Almond y Verba, Segovia buscaba conocer los rasgos de socialización política en niños de educación básica, mediante una encuesta, a fin de proyectar su capacidad de inserción en la vida política del país. Señala en sus conclusiones que “...la familia, la escuela, el grupo de iguales y los medios de comunicación de masas son los agentes socializadores fundamentales, junto con los partidos y las organizaciones formales parapolíticas. Estos agentes son quienes transmiten las normas que el niño debe interiorizar; y no sólo las transmite sino que obligan al niño a aceptarlas, asumirlas y convertirlas en una parte consustancial de su naturaleza. Los ciudadanos se forman, no nacen hechos ni se hacen solos. Todo el proceso cultural se orienta para insertar al individuo en su sociedad” (1975:141).

El periodo posterior a los sismos en la ciudad de México en 1985 y las elecciones presidenciales de 1988, fue clave en el desarrollo de investigación en este campo, sobre todo proveniente del campo académico. En buena medida la reflexión académica se estimuló ante los cuestionamientos sobre la limpieza de las elecciones así como la actividad y participación de la sociedad de manera más organizada:

“Un equipo del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM liderado por Ulises Beltrán y en el que estaba Fernando Castaños, Julia Flores entre otros, implementa metodologías cuantitativas a fin de operacionalizar varios conceptos, hasta ese momento, poco explorados en México de manera empírica, tales como actitudes, percepciones, valores, etc. Uno de los primeros productos de estas investigaciones fue *Los mexicanos de los noventa. Una encuesta nacional de actitudes y valores*, levantada y publicada en 1994, el año en que Salinas de Gortari terminaba su gestión. Esta encuesta tuvo como fin indagar “qué tan modernos son los mexicanos” (Beltrán et al, 1996). Este equipo realizó también *La Reforma Electoral y su Contexto Sociocultural*, en 1996 junto con el IFE y la *Encuesta Nacional sobre la reelección y la impartición de justicia*. Para 1998 el IFE y el IIS de la UNAM realizaron la investigación *Ciudadanos y cultura de la democracia. Reglas, instituciones y valores de la democracia*”. El estudio planteó la necesidad de un diagnóstico de carácter nacional y específico del estado que guarda la cultura política en México, desagregado desde los puntos de vista regional, temático y por grupos de población.

---

<sup>40</sup> Uno de los trabajos más destacados que se desprendió de esta investigación fue la tesis de licenciatura de la politóloga y promotora de Derechos Humanos Mariclaire Acosta *Efectos de de la comunicación masiva en el proceso de socialización política de los niños mexicanos* de 1970 que exploraba el vínculo entre medios de comunicación y política.

En diciembre de 1999 se realizó una nueva encuesta nacional con la intención de indagar en las concepciones y representaciones de la población sobre el papel de la ciudadanía en un contexto democrático, así como acerca de la política, el poder y la autoridad. (Flores y Meyenberg, 2003) De ahí derivarían eventos periódicos para el análisis del nuevo contexto democrático como el *Coloquio para el Análisis de Encuestas Nacionales sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas* celebrado en 2002 bajo el auspicio del IFE y el IISUNAM<sup>41</sup>. (Molina y Pareja, 2009: 37-38).

Asimismo, a partir del modelo de Almond y Verba, su base teórica y su estrategia metodológica, en la década pasada se han diseñado en México cuatro encuestas de Cultura Política realizadas por el INEGI y la SEGOB (2001, 2003, 2005 y 2008), cuyos resultados revelan coincidencias con otras investigaciones latinoamericanas en torno al funcionamiento de la democracia y la percepción de los mexicanos frente a ella, en comparación con el autoritarismo. Estos trabajos básicamente consignaron una constante insatisfacción ante la falta de resultados o beneficios concretos y palpables como sistema de gobierno<sup>41</sup>.

Tanto las investigaciones de Almond y Verba como las de Rafael Segovia, las encuestas de Cultura Política del INEGI-SEGOB y el estudio del PNUD centran su atención en la relación entre ciudadanos y sistema político en términos de eficacia política, la evaluación de las coyunturas electorales, el funcionamiento de la democracia y su carácter normativo como aspectos centrales en la definición de cultura política. Sin embargo cabría apuntar que la óptica con la que se pretende analizar a este concepto es más amplia, busca incorporar el carácter simbólico y densamente subjetivo de la cultura, su rasgo constructivista, su dimensión comunicativa que implica la transmisión de símbolos y su inmersión en relaciones de poder y conflicto así como el papel de la utopía en el *imaginario social*.

Con ese criterio temático se identificó el trabajo sólido de dos investigadores cuya óptica es relevante para construcción teórica de esta investigación.

En el trabajo del investigador Esteban Krotz, encontramos una definición cultura política que nos ofrece una perspectiva que integra el simbolismo y éste asociado a la utopía, empleada en otras aproximaciones como expectativas, “el universo simbólico asociado al ejercicio y las estructuras de poder en una sociedad dada” (Krotz, 1997:39).

A partir de la crítica al modelo de Almond y Verba, Krotz dice que “el universo simbólico asociado al ejercicio y a las estructuras de poder de una sociedad es parte del universo simbólico general; los conocimientos, sentimientos y evaluaciones referidos a objetos

---

<sup>41</sup> ENCUP 2001, ENCUP 2003, ENCUP 2005 y ENCUP 2008 , en la página de la Secretaría de Gobernación <http://www.gobernacion.gob.mx/> o bien, <http://www.encup.gob.mx/encup/>



políticos se encuentran entrelazados de muchas maneras con todos los conocimientos, sentimientos y evaluaciones disponibles en una cultura dada” (1997:41). Propone entonces una cuarta dimensión agregada al modelo de Almond y Verba, la utópica.

Afirma que en la medida en que la tradición utópica impregna este trasfondo y forma parte de él, la atención a la utopía no debe obviarse en ningún estudio empírico de la cultura política, señala que la idea de cuestionar el orden existente, sobre todo en las capas populares permite establecer esta dimensión, vista como una perspectiva sobre la vida concreta que amalgama una visión ideal, dimensión también matizada en el concepto de Baczkó (1984) el *imaginario social* que es un mecanismo social para condensar miedos, aspiraciones y esperanzas de un pueblo.

En el trabajo de Héctor Tejera Gaona (1996, 2005), quien ha realizado distintos trabajos empíricos sobre el estudio de la cultura política en la ciudad de México, encontramos también una crítica al rasgo normativo usualmente integrado al estudio de la cultura política. Señala que la cultura no puede reducirse a establecer normas y valores. Agrega que es necesario profundizar tanto en los contenidos culturales que delinear las prácticas políticas como en la transmisión de dicho contenido, como resultado de su interinfluencia con las instituciones gubernamentales y los partidos políticos. Estos, al ser instituciones que buscan cambiar la cultura ciudadana, pretenden configurar los modos en que la gente los ve, crean y propagan un tipo de cultura simbólica, desean el poder. Para ello, dice Tejera Gaona, se establecen relaciones corporativas y clientelares. Las prácticas de ciertos partidos en México inciden en las prácticas de otros, las prácticas de ciertos ciudadanos inciden en las prácticas de otros. La cultura contemporánea muestra un carácter altamente comunicativo, heterogéneo y coyuntural, lo que dificulta su análisis. En la cultura actual se observan ‘fronteras de significado’ que son construcciones simbólicas donde la eficacia política se traduce en acción política y racional. Mediante la cultura se generan nuevas formas de interpretar las relaciones sociales, en consecuencia de oponerse o aprobar las relaciones de poder existentes.

Tejera (2007, 2008, 2009) propone que la cultura se compone de tres planos:

1. Las convicciones de fondo que son difusas y aporéticas. Las convicciones de fondo no son usualmente cuestionadas, sustentan la convivencia social y se modifican muy lentamente.
2. Los valores significativos que imprimen sentido a la cotidianidad
3. La atribución de significados a las prácticas sociales. Son, por decirlo así, un esqueleto conceptual que matiza la posición que los sujetos sociales adoptan ante diversos

acontecimientos. Está vinculada con la pugna social por establecer las convicciones y sentidos que impregnan las relaciones y prácticas sociales. El afán de los actores o grupos sociales por reforzar o cuestionar los significados dominantes de la cultura provenientes de una determinada correlación de las relaciones de poder, delinea el contenido de dicha asignación. Con ella se pretende que la búsqueda del poder, o de la satisfacción de demandas y utopías, se sustente en imaginarios sociales que hagan más eficaces las acciones políticas.

Este proceso, es definido por el autor como *objetivación de la cultura*, misma que, se realiza a través de discursos y otras prácticas como los performances culturales que representan o teatralizan las relaciones políticas establecidas, o las que se desean establecer. A partir de Lechner (2002: 47) establece que la política transforma a la cultura cuando emplea y reorganiza sus contenidos; a su vez, la política cambia al delinarse nuevos “sentidos comunes”, y agrega que, las confrontaciones políticas implican pugnas por cómo nombrar y clasificar las relaciones sociales y, cuando se logra establecer un “campo” de significación social, es probable que éste apunte la eficacia de los disensos sociales. A su vez, dice, la política pone en interacción y tensión las convicciones, los sentidos y las atribuciones de la cultura dinamizando sus contenidos.

En la *objetivación* los actores sociales enfatizan, exageran o inventan ciertos aspectos de su vida cotidiana, su entorno social, identidad, convicción y creencia con el propósito de influir en la esfera política. La cultura es una percepción del mundo matizado por las relaciones sociales, esta consideración implica intrínsecamente a la política.

Un hallazgo de la investigación de Tejera Gaona es que observa que el clientelismo como rasgo de la cultura política del mexicano es multicausal y se centra en el argumento racional de que entre menos poder posee la sociedad mexicana, menos incide en la administración pública, y mayor es el grado de clientelismo en la necesidad de resolución de problemas.

Asimismo, siguiendo a este autor podemos definir con mayor amplitud la unicidad de la cultura o la especificidad de la misma, o mismas. Tejera (1996:20-21) señala que “La cultura política no surge desde abajo, ni desde arriba. Parece más certero decir que se construye y reformula en el proceso interactivo de grupos o sectores que muestran diferencias sociales, culturales y políticas, es necesario considerar la existencia de un país diverso, heterogéneo, complejo, pero también de una cultura nacional y como consecuencia, la presencia de ciertos elementos culturales comunes a todos los grupos sociales, a la vez que expresiones diferenciadas de los mismos”.

Otro aspecto que el autor ha encontrado en su trabajo empírico y que resulta pertinente para nuestra investigación, se centra en la forma en que los ciudadanos conforman su identidad,

misma que tomando como base lo que se planteó antes, tiene una dimensión cultural. La identidad ciudadana se configura culturalmente y resulta de su interrelación con los partidos políticos y las instituciones gubernamentales locales. “Dicha identidad influye en su comportamiento político, el cual propicia u obstaculiza el establecimiento de relaciones democráticas en la ciudad de México” (Tejera Gaona 2008:15), y aunque el autor no contempla con profundidad la dimensión comunicativa de la cultura en las sociedades contemporáneas, es importante que considera el plano local en la interacción de la sociedad con la política, aspecto que para nosotros configura el contexto mismo que implica una interacción social mediada y no mediada en relación a su experiencia con las instituciones, su eficacia u omisión en la provención de servicios. Ello cobra sentido sobre todo en el grupo social que elegimos para nuestra observación.

Lo que plantea Tejera Gaona es que la cultura política tiene un componente local que define fuertemente el comportamiento político a partir de la relación con la experiencia más cercana y cotidiana con las instituciones locales en la resolución de problemas y necesidades diarios. Esta constituye una clave que permitirá argumentar el vínculo de este concepto con la comunicación, pues como se verá más adelante la construcción de sentido de las experiencias cotidianas define y redefine los distintos procesos de simbolización, y éstos poseen una gran carga de sentido político en su relación con el poder. La comunicación no sólo mediática juega un rol determinante en estas configuraciones. Se profundiza en ello en el apartado que sigue.

### **1.3 LA CULTURA POLÍTICA LA COMUNICACIÓN, DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO**

#### **1.3.1 La cultura política y la comunicación política**

Los procesos de interacción sociocultural poseen una dimensión comunicativa. La transmisión de valores, la conformación de percepciones y estructuras de acción son posibles mediante los procesos de comunicación interpersonal-no mediada y mediática-mediada. En el desarrollo de la humanidad y como parte de la expansión del capitalismo, la revolución industrial modificó no sólo las formas de producción, también las de interrelación social. A partir de ese periodo se gestó la modernidad y con ella la comunicación de masas que devino en cambios sustanciales de los modos de transmisión, principalmente en dos sentidos:

- El técnico que implica una distancia espacio-tiempo y se rompe el carácter dialógico de la comunicación
- El simbólico que implica una construcción de la realidad definida por los emisores, la cual está provista de significados

La mediatización de la cultura (Thompson, 1998) implica la acción e interacción social y las formas de conocimiento de la realidad. Los medios de comunicación se han convertido en instituciones con un poder cultural o simbólico capaces de transmitir significados o formas simbólicas en un contexto determinado, histórico, político y social. Ello puede implicar una incidencia en las percepciones de la realidad. En ese sentido la centralidad de los medios de comunicación es cada vez mayor en la vida cotidiana de los sujetos, en el ámbito de la política (Fuenzalida, 2004) de las sociedades contemporáneas, ello es crucial.

Lo antes dicho obliga a considerar que la comunicación que se genera entre gobernantes y gobernados, llamada comunicación política (Cotteret, 1977), tiene un plano institucional y social; hasta antes de la llegada de los medios masivos tenía otras dimensiones, sobre todo en términos de alcance. Cotteret (1977) señala que la actividad propia de la comunicación política es realizar la relación entre gobernantes y gobernados, a partir de la comunicación de parte de unos hacia otros de las decisiones que toman unos y la forma en que aceptan y acatan los otros, o la forma en que los gobernados reclaman, se oponen y enfrentan las medidas que toman los gobernantes.

Bajo esta línea de reflexión debe asumirse que la comunicación no sólo se gesta desde el Estado a fin de legitimar sus acciones en el poder, también posee otros escenarios de acción en los que la sociedad reclama un espacio de participación en la toma de decisiones a través de movimientos sociales (Peterson y Thörn, 1999) en la búsqueda de espacios de interlocución y que en la exigencia de mayor visibilidad el empleo de los medios de comunicación es imprescindible.

A ello habría que agregar un escenario más donde se construye comunicación política, el de los medios de comunicación donde ellos mismos generan y construyen una visión del mundo, no sólo vehiculan lo que el Estado busca transmitir a la sociedad, además construyen sus propias versiones de la realidad con una intencionalidad política, en el ámbito ideológico.

Se acepta entonces que indudablemente existen otras formas de relación con la política de parte de la sociedad, como mítines, manifestaciones, reuniones de comités de base, visitas

domiciliarias, gestiones administrativas con las autoridades locales, etc., no obstante lo que se plantea en este punto, es que en un nivel macro, sobre el desempeño de los partidos políticos, del gobierno, las campañas electorales, cobran otra dimensión al ser mediadas, tanto por las características técnicas del medio, su lenguaje y formato, etc, como por la forma en que la televisión como industria y como empresa, articula un discurso en torno a lo político y por otro lado, el uso de los medios que la propia sociedad hace en torno a sus demandas, nos parece que la arista social debe tenerse en cuenta.

Habría que distinguir entonces tres escenarios de la comunicación política donde los actores tienen finalidades específicas:

1. El del Estado y partidos políticos
2. El de la sociedad civil
3. El de los medios de comunicación

En ellos se gestan procesos de comunicación política en la medida en que se busca incidir en la toma de decisiones y en la estructura del poder entre cada actor, implicando a todos en el proceso. La comunicación circula entre los actores en un proceso de interrelación. Cada actor ostenta su discurso ideológico, busca persuadir a los otros y simbólicamente ser parte de la toma de decisiones. Las acciones se impregnan de sentido y se significan los discursos a partir de la vivencia y la intencionalidad de cada involucrado. Se dan procesos de interacción mediados y no mediados cargados de determinadas ideologías.

Hay que decir que el ámbito más analizado en torno al alcance y escenarios de la comunicación política es el que se gesta en el Estado. Los gobiernos y partidos emplean a los medios masivos para difundir mensajes de tipo político: sus ofertas y propuestas, discursos con fuerte carga simbólica; la comunicación política se concentra en las relaciones entre el poder político y los medios de comunicación (Muñoz Alonso, 1989) al buscar legitimidad en el ejercicio de gobierno y/o proselitismo para el mismo partido en el poder o bien para procesos de elección popular; en esencia la comunicación política es persuasiva y tiene un carácter teleológico y su expresión más clara es durante periodos electorales.

Es importante mencionar que las primeras investigaciones sobre la comunicación tuvieron un trascendental vínculo con el ámbito político, pues se derivaron del impacto de la propaganda en la conformación de la opinión pública, particularmente la norteamericana. En el entorno de la Primera Guerra Mundial, en la década de los 20's, Harold D. Laswell planteó que la producción sistemática de campañas masivas era capaz de manipular las

creencias, actitudes o acciones de la gente. Lasswell analizó como la comunicación gubernamental emitida a través de la radio, el cine, panfletos y demás canales direccionaron la posición de la opinión pública a favor de la guerra. La perspectiva de Lasswell tenía sin duda un carácter funcional, rasgo que caracterizó a las Ciencias Sociales norteamericanas en esa época (Lazarsfeld, 1944).

En esa línea en México predominó el estudio sistemático y científico sobre la comunicación y la política que derivaría más tarde en la subdisciplina de la comunicación política<sup>42</sup>. Los primeros trabajos datan en nuestro país desde 1970 (Molina y Pareja, 2009) con los primeros trabajos de Enrique González Casanova, en la *Revista Mexicana de Ciencia Política*, y para 1990 se aborda el tema con mayor frecuencia, sobre todo desde la Ciencia Política<sup>43</sup>.

Actualmente en el estudio de la comunicación política prevalece el enfoque de la cultura política bajo la perspectiva de funcional de Almond y Verba<sup>44</sup>, de modo que temas como socialización política, participación política y electoral, ciudadanía, identidades, democracia/valores democráticos, educación cívica, evaluación del gobierno y comportamiento electoral, entre otros, se incorporan a un análisis funcionalista de los medios de comunicación y su papel para la consolidación de la democracia.

En la perspectiva comunicativa y en otras Ciencias Sociales, la relación de medios y política en general se ubica en dos extremos, ambos con una mirada un tanto limitada. Por un lado, a partir de la perspectiva pesimista de la teoría crítica de la escuela de Frankfurt<sup>45</sup> de su primera generación con Theodor Adorno y Max Horkheimer, se sataniza a la televisión. Este enfoque que si bien analiza, desde un ángulo crítico, que este medio trivializa la información sobreponiendo el entretenimiento, escasos contenidos y poca contextualización (Sartori, 1998), no ahonda en la complejidad de las imbricaciones que los medios de comunicación,

---

<sup>42</sup> Entendida como un actividad social mediante la cual se establecen lazos entre gobernantes y gobernados, entre el Estado y la sociedad, una actividad que busca conseguir legitimidad y consensos, y que como rasgo de la vida moderna encuentra sus mejores canales en los medios masivos de comunicación, con mayor auge a mediados del siglo XX a partir del surgimiento de la televisión. (Thompson, 2002; Cotteret, 1977; Muñoz Alonso, 1989)

<sup>43</sup> El abordaje del tema de Medios y Democracia se convierte en central para la Ciencia Política, politólogos como Rolando Cordera, José Woldenberg, José Antonio Crespo publican sus reflexiones en tribunas como el libro VV.AA.: Medios, Democracia y Fines editado por UNAM/Notimex/FFN y la revista Intermedios de la Secretaría de Gobernación a principios de los 90. (Molina Silvia y Pareja Norma, 2009).

<sup>44</sup> Durante la elaboración del trabajo (Molina y Pareja, 2009) fue posible advertir que los textos vinculados a los ejes mencionados mantenían la perspectiva teórica de Almond y Verba.

<sup>45</sup> El eje contemporáneo que guía este enfoque es el emblemático texto de Giovanni Sartori *Homo videns. La sociedad teledirigida* (versión española editada por Taurus, Madrid, 1998)

en especial la televisión, establecen con la audiencia y la percepción de lo político que ahí se construye y sobre todo la dimensión cultural implícita en ella.

Por el otro, bajo la concepción normativa y funcional de la democracia liberal, se distingue un enorme potencial a la televisión como agente socializador en la promoción de prácticas y valores democráticos (Lujambio, 1994) (Woldenberg, 2004), éste último autor plantea que en un entorno de apertura democrática los medios son elementos importantes para colocar la discusión en torno a lo público y promover las ideas sobre participación colectiva en un entorno social que pudiera llamarse democrático. Bajo esa misma óptica, pero con un enfoque crítico, se ha hablado de la capacidad camaleónica de los medios de comunicación por adaptarse sin prejuicios a las dictaduras o bien, a los regímenes democráticos, en la región de América Latina, como lo plantea Maira (2004). También desde la perspectiva de Habermas (1994), garantizar a todos los ciudadanos el acceso a la esfera pública<sup>46</sup> o verla como la mayor institución de la esfera pública en la sociedad moderna (Dahlgren, 1995).

Sin embargo, otro aspecto de la comunicación política es el que se da en el espacio de las audiencias, en el contraste de las ofertas simbólicas y el contexto de las mismas, en los procesos de recepción. En el espacio donde la audiencia genera sus procesos de resignificación desde el cual se gestan movimientos sociales y políticos que buscan trastocar las estructuras del poder (Castells, 2010).

Desde distintas ópticas se ha analizado la importancia de los medios de comunicación en la forma en como se percibe y se vive la política, sobre todo porque ocupa un lugar central en la vida cotidiana (Morley, 1996; Silverstone 1994) y las audiencias, en su carácter activo tienen la posibilidad de resignificar los discursos mediáticos, no sólo los de la clase política, sino de los propios medios como industrias, no obstante la relación con la televisión es tan

---

<sup>46</sup> En *Historia y Crítica de la Opinión Pública. La transformación estructural de la vida pública*, Habermas planteó que a finales del siglo XVII y principios del XVIII emergió una nueva esfera de lo público en el contexto del capitalismo temprano caracterizado por el tráfico de mercancías y noticias creado por el comercio de larga distancia. La existencia de una esfera pública que se gestaba entre el ámbito de la autoridad pública por un lado, y el ámbito de la sociedad civil y de la esfera íntima por el otro; era una esfera pública burguesa que consistía en individuos privados que se habían reunido para debatir entre ellos y con las autoridades estatales la regulación de la sociedad civil y la conducta del Estado. Sin embargo esta esfera pública burguesa incorporaba la idea de que un grupo de ciudadanos reunidos en un foro ajeno tanto a la autoridad pública del Estado como a los ámbitos privados de la sociedad civil y de la vida familiar, era capaz de formar una Opinión Pública por medio de la discusión crítica, la argumentación razonada y el debate. El principio era lo que Habermas llama *Prinzip der Öffentlichkeit* y que es el principio de carácter público o publicidad en el que las opiniones personales de los individuos privados podían evolucionar y convertirse en una opinión pública mediante un debate racional-crítico de un público de ciudadanos que estaba abierto a todos y libre de la dominación.

cercana que se le confiere un papel importante en la percepción sobre lo político. En esta perspectiva sociocultural estamos de acuerdo con Thompson (1998) cuando plantea que el proceso de recepción no es un proceso pasivo de asimilación, sino de creación, de interpretación y evaluación en el cual el significado es reconstruido. Ello constituye también una reproducción simbólica del contexto social, que es un tipo de reproducción social mediada a través de la comprensión cotidiana de formas simbólicas.

No obstante, la posibilidad que tiene el emisor de transmitir formas simbólicas mediadas implica:

- Un carácter industrial<sup>47</sup> de los medios de comunicación al transformar hechos y formas simbólicas en productos culturales que generen una demanda en el mercado que propicie una ganancia económica.
- Un carácter simbólico al buscar construir una visión hegemónica en la sociedad que además de reproducir el status de clases sociales, defina una visión del mundo y de la sociedad que sea dominante a partir de una función ideológica.

Estos aspectos marcan el vínculo clave entre nuestras dos categorías centrales, nuestro objeto de estudio, la relación de la comunicación y la cultura política, dado que como afirma Tejera Gaona (2010), la cultura política no es un concepto que deba aludir a un tipo de cultura específica para cada forma de relaciones particulares, sobre todo si se considera que la cultura está inmersa en relaciones de poder y la sociedad muestra un conflicto permanente.

“Proponemos abordar el campo problemático de las relaciones entre cultura y política con base en lo que denominamos *cultura de la política*. La cuestión no es solamente semántica. Pensamos que es más pertinente para entender la relación entre cultura y política abordar *la dinámica cultural en el ámbito de la política: donde la acción cultural es empleada para validar “una postura deliberada ante el mundo” la cual otorga sentido al mundo y las acciones frente a éste con base en valores significativos...* En la cultura de la política, es la Cultura (con mayúsculas), la que está imbricada en las relaciones políticas, a diferencia de la “cultura política”, la cual alude a “una parte de la cultura”. En este sentido no partimos de una cultura específica (la “cultura política”) para explicar relaciones sociales particulares (las relaciones políticas). Consideramos que *la Cultura se manifiesta de forma específica en contextos particulares*, lo cual es muy distinto a considerar que existe una cultura específica para cada forma de relaciones particulares” (2010:7).

El concepto de cultura política ha sido uno de los más recurrentes en las últimas dos décadas en nuestro país, tanto en el ámbito académico como en el institucional. Evidentemente ello

---

<sup>47</sup> De ahí que se emplee el concepto de industria cultural.



responde a las recientes transformaciones que nuestro país ha experimentado, particularmente en el sistema político. El énfasis de los estudios de este campo se ha centrado en la funcionalidad de la cultura política con la democracia, constituyéndose como uno de los ángulos más explorados, prácticamente se ha generalizado el término, pero una concepción amplia de la noción obliga a mirar a la cultura en una dimensión mayor.

Como se ha dicho, la perspectiva de Almond y Verba (1963), creadores del concepto, ha sido predominante al indagar orientaciones políticas, actitudes hacia el sistema político y sus partes, y actitudes hacia el rol del sujeto en el sistema a partir de las normas y valores hacia los objetos políticos y “probablemente sea resultado de dos situaciones interrelacionadas: por un lado, los intereses creados de algunas comunidades académicas y empresas que realizan encuestas y por el otro el enfoque acético con el cual se retoman los enunciados del estructural-funcionalismo y la antropología culturalista norteamericana” (Tejera Gaona, 2010).

De hecho, esta tendencia se marcó desde el inicio en la investigación, pues posterior a la Segunda Guerra Mundial y ante la necesidad de consolidación de las naciones occidentales en un sistema económico en perfecta interrelación con el político, el estudio de la llamada cultura política partió del supuesto de que los cambios culturales tenían efectos en la estructura social (Calles Santillana, 1999); y esta perspectiva permeó en la mayoría de los abordajes, incluso desde la comunicación.

El centro de la discusión se orientó a evaluar las actitudes y percepciones sobre el sistema político, de tal suerte que el desinterés de los autores por medir orientaciones y actitudes hacia los medios convirtió al concepto de cultura política en poco relevante para los estudiosos de la comunicación política (Swanson y Nimmo 1990: 37). Incluso analizar el papel y relevancia de los medios de comunicación en la cultura política como parte de un proceso cimentado simbióticamente, no constituyó una línea de trabajo subsecuente.

El concepto de cultura política ha sido abordado ampliamente desde diversas disciplinas, no obstante una arista poco revisada es la que tiene que ver con la comunicación y su papel en las significaciones que la audiencia construye en torno a lo político. Calles Santillana (1999) ha señalado que los estudios iniciales no mostraron interés por analizar el impacto de los medios de comunicación en la formación de culturas políticas. Tampoco las prácticas de significación política recibieron atención por parte de los investigadores.

La pertinencia del debate sobre la relación entre comunicación, medios y cultura política se basa, fundamentalmente en el impacto de los medios, en especial de la televisión, en la actividad política, desde su aparición a mediados del siglo pasado; así como en la centralidad que ese medio tiene en las audiencias en el escenario del hogar y la vida cotidiana, justo donde la significación de la actividad política cobra otras dimensiones en el comportamiento político.

La visibilidad que los medios de comunicación dan a las prácticas políticas posee una estrecha relación con las prácticas cotidianas de los mexicanos. Para introducir algunos datos concretos, cabe señalar que según la tercera Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas 2005<sup>48</sup> en México el 62% de los mexicanos se informaba de política a través de la televisión. De acuerdo con datos de esa investigación, 17% por la radio y sólo 1 de cada 10 personas (10%) lo hace a través de los periódicos.

Para la edición de 2008, los datos son más contundentes, quizá porque la redacción de la pregunta cambió con respecto a la edición anterior de “a través de que medio a se entera de lo que pasa en política” a “se entera de lo que pasa en política por medio de las noticias en la televisión”, prácticamente 9 de cada 10 personas utiliza ese medio para obtener información (89%). La frecuencia de ello es siempre 46.6%, casi siempre 28.4% y regular 21%. A través de los periódicos es 44%, las noticias en la radio 51%, en otras redes como la familia se indicó que la conversación con familiares como medio para informarse se aceptó en un 30% y la conversación con amigos, vecinos, asambleas u otras personas 23%.

El nivel de confianza que los mexicanos tienen en los medios de comunicación es media, pues 49% indicó que tiene mucha/algo de confianza en ellos, cifra que comparada con la de la iglesia (72%), es baja, pero comparada con la obtenida por los jueces y juzgados (32%) o los partidos políticos (23.4%), es alta. Otro rubro referente a los medios que evaluó la ENCUP 2008 es sobre la opinión en torno al poder para cambiar las cosas en México, arroja que el 52.3% de los entrevistados cree que tienen mucho/algo de poder.

Pese a que este indicador de la percepción puede considerarse relativo debido a que en una misma variable se coloca a una gran diversidad de medios tanto públicos como privados, electrónicos y escritos, como idea general sobre los medios en conjunto puede mostrar alguna idea cuantitativa sobre la importancia conferida en su integración a la vida social. Cabe decir que de la emisión de 2005 a la de 2008 se observan variaciones importantes en

---

<sup>48</sup> <http://www.encup.gob.mx/encup/index.php?page=encup>, para ambas ediciones y las dos anteriores

términos de una ganancia de los medios como fuentes de información y ello puede tener una explicación de tipo metodológico, por ejemplo en cuanto al fraseo de las preguntas y que ahora se este midiendo otros aspectos, o bien un cambio en los hábitos de relación con los medios de comunicación en nuestro país.

Por otro lado, para ampliar el panorama cuantitativo en términos de la relación medios-política hay que decir que el medio de comunicación política más importante es nuestro país es la televisión, la prensa no lo es para la mayoría de los mexicanos, la lectura de esta para los mayores de 18 años tiene como principal objetivo cubrir necesidades de información diferentes a la de política como deportes y espectáculos (Pareja, 2005) y entre la clase política se usa más bien como vehículo de mensajes cifrados en la lucha por el poder (Adler, 1993).

Los primeros acercamientos empíricos a la relación entre comunicación y cultura política así definida son recientes, se encuentran en el texto de *Agitpop*<sup>49</sup> de 1990 de Arthur Asa Berger (Calles Santillana, 1999), Asa Berger es precursor. Según Calles Santillana:

“Berger, inspirado en el trabajo de Wildavsky, estudia la relación entre culturas políticas y preferencias culturales de los ciudadanos utilizando teoría cultural, destacando el carácter político del consumo de material de entretenimiento y enfatizando el carácter activo de los individuos en el consumo cultural. Sin embargo, su aportación no tuvo repercusiones en la academia y la relación entre comunicación y cultura política continúa desatendida. *Agitpop* presenta serias limitaciones. Por un lado, conserva el individualismo metodológico positivista e ignora el carácter dinámico de las culturas políticas. Por otro, no teoriza las interacciones sociales”.

No obstante el trabajo de Berger (En Calles Santillana, 1999), prueba que el consumo de los productos de los medios es un fenómeno afectado por valores ideológicos y que no sólo los materiales explícitamente políticos sino también los de entretenimiento, activan el reforzamiento de creencias políticas.

En México la relación entre cultura política y comunicación ha tenido pocos trabajos destacados, básicamente versan sobre dos ejes:

---

<sup>49</sup> “*Agitpop* es el resultado de un estudio realizado entre 1987 y 1990. Durante esos años, Berger aplicó a varios de sus grupos de estudiantes de Comunicación el instrumento que él llamó "el juego Aaron Wildavsky." El juego consistía en predecir correspondencias ideológicas entre las cuatro culturas políticas creadas por Wildavsky y diferentes productos de la cultura de medios, tales como canciones, programas de televisión, revistas, libros héroes populares, deportes, etc. (Berger 1990, 8-9). El juego estaba basado primordialmente en la teoría de las preferencias de Wildavsky pero incorporaba también elementos de psicología social. El presupuesto principal del instrumento era que tanto individuos como grupos tratan de evitar la disonancia cognoscitiva y, al mismo tiempo, reforzar sus valores y creencias. Un segundo presupuesto, derivado de aquél, era que la gente tiende a consumir productos culturales que reafirman sus puntos de vista y evitar aquellos que los cuestionan. Como resultado, el análisis arrojó una tabla de doble entrada en la que se describe la correspondencia entre cada cultura política y las diferentes categorías de productos de cultura de medios”. (Calles Santillana, 1999)

1. El que podríamos denominar del aprendizaje y la política, donde encontramos el trabajo de Enrique Sánchez Ruiz, de la Universidad de Guadalajara que durante años ha realizado diversos estudios sobre la relación entre socialización política y medios de comunicación. Un texto que puede resumir de manera clara la preocupación de Sánchez Ruiz al respecto es un artículo que publicó en 1996 en una compilación que hiciera Esteban Krotz sobre la cultura política en México.

Sánchez Ruiz analizaba como los medios de comunicación, en particular la televisión, participan de manera importante en los procesos de socialización política en los niños mexicanos a partir de un proceso educativo informal.

Un aspecto importante que destaca Sánchez Ruiz es la relación de los medios masivos de comunicación con la cultura política a partir de este proceso de socialización en la educación informal como ya lo señalaba en los 80's Sean McBride en el informe que lleva su nombre:

“Hay un consenso emergente acerca de que con el desarrollo de nuevas tecnologías y sistemas sociales relacionados de producción, circulación y procesamiento, acceso y consumo de información, algunas instituciones tradicionales como el sistema educativo-escolar están perdiendo su centralidad e importancia relativas de sus funciones de generación, acumulación y transmisión de conocimiento y de producción y reproducción cultural”.

Sánchez Ruiz subraya que entre los aspectos que McBride señaló en su informe, uno de los más destacados es que los medios de información y la comunicación en general poseen un fuerte impacto educativo, no sólo pedagógico. La acción educativa que poseen los medios implica que respondan a las necesidades de desarrollo de la sociedad. La omnipresencia de la comunicación es el signo de un “nuevo medio ambiente” de fuerte densidad educativa y que estos signos parecían ser la antesala de la supresión de las distancias sociales.

Al emplear el concepto de educación informal en conjunto con el de cultura política, el autor explica que este primer concepto es aquel proceso de toda la vida por el cual cada persona adquiere y acumula conocimientos, habilidades, actitudes y comprensión, a partir de la experiencia diaria y con la exposición al medio ambiente (personas, instituciones, medios en constante interacción). Generalmente la educación informal es desorganizada y asistemática; pero da cuenta de la gran mayoría del aprendizaje total de cualquier persona en el transcurso de su vida.

Puntualiza en ese texto que es difícil establecer una liga causal del uso de la televisión con la ignorancia puntual, pero sí se puede establecer la causalidad entre la exposición a la televisión y el conocimiento de algunos temas sobre otros.

Concluye señalando que los medios en México están actualmente muy concentrados y centralizados en sus estructuras de propiedad y control, siendo la televisión el medio más altamente centralizado. La descentralización y democratización de los medios se plantea desde un punto de vista histórico de reparto del poder, de democratización y descentralización económica, política y cultural.

2) La perspectiva antropológica en la comunicación. Para esta línea encontramos a dos exponentes importantes dado su trabajo consistente y sistemático: Ilya Adler y Jorge González, sobre este investigador se ha hablado antes.

El primero desarrolló en la Universidad de Wisconsin (1986) su tesis doctoral cuyo título era *Media uses and effects in large bureaucracies: A case study in Mexico*, es una investigación empírica que combinó varias técnicas cualitativas. Adler analizó el papel de los medios masivos en una gran burocracia. El estudio cubría la injerencia de la organización con respecto a los medios masivos así como los usos que de ellos pueden hacer los miembros de ella. El trabajo tenía como concepto central la cultura política en la que actúa la organización poniendo énfasis en la información orientada por los medios que genera la organización. En otro trabajo, Adler Milstein empleó los instrumentos heurísticos que esta investigación le proporcionó para analizar la relación de los medios de comunicación con la cultura política mexicana al tiempo que participaba en una investigación sobre la campaña presidencial de Carlos Salinas de Gortari en 1988 (Adler-Lomnitz, Salazar y Adler, 2004)<sup>50</sup>.

Ambos trabajos se concentraron en explicar dos importantes ámbitos de acción de los medios de comunicación con la política, el de la socialización, interiorización y transmisión cultural y el de las expresiones propias de esa cultura en distintos procesos en los que están implicados los medios de comunicación, ambas miradas se encuentran al insertar su análisis en características propias de los sistemas políticos y de comunicación en México. El contexto sociopolítico ha definido en gran medida el modo en que se da esta relación.

---

<sup>50</sup> De esta investigación produce "Prensa y lectura del poder" (1993) donde señala que este medio era empleado como vehículo entre las distintas facciones del partido dominante "Muchos grupos competitivos y facciones internas de la clase dominante utilizan la crítica periodística contra sus opositores...cualquier crítica es considerada sumamente dañina, entre otros factores, por el impacto que puede tener en públicos claves que, en términos generales, definen a la clase política del país".

En síntesis, el ángulo clave de la relación entre cultura política y comunicación estriba en que los referentes de información y cognición, los ideológicos que el Estado y las élites construyen pasan indudablemente por la mediación tecnológica y se entrelazan con las lecturas que la sociedad hace desde sus distintas mediaciones. La comunicación política del Estado y de las élites adopta formas, diversos géneros y espacios en su búsqueda de construcción de significados dominantes, la sociedad los resignifica a partir de su experiencia social trazada por diversas *mediaciones*; se apropia de ellos, los reconstruye y se expresa de diversas formas. Estas formas de expresión social van desde la participación política, la político-electoral, el consumo de medios, la apatía, etc.

## **CAPÍTULO II. LA TELEVIDENCIA Y EL CONTEXTO. EL ESTUDIO DE LA RECEPCIÓN TELEVISIVA, UNA VENTANA PARA ASOMARSE A LA CULTURA POLÍTICA**

Este segundo capítulo busca contribuir a la construcción del marco teórico posicionándonos en una lógica de mayor particularidad como lo constituye la definición de la *televidencia* vista como un proceso que implica una interacción de la audiencia con la televisión en el que el proceso de producción de sentido es visto como complejo y amplio, y en ese sentido se plantea que el estudio de la recepción posibilita adentrarse a mirar a su vez otros procesos. La recepción televisiva se asume como un ángulo de la comunicación en el que es posible adentrarse en el contexto cultural del grupo observado, a sus prácticas y a sus relaciones sociales y políticas. En el mismo sentido, la exploración teórica de la recepción permite situar la coordenada específica de nuestro objeto de estudio, el análisis de la *televidencia* de noticieros y telenovelas en la ciudad de México y su relación con la cultura política.

La *televidencia* es definida por Guillermo Orozco (1998) como un proceso largo y complejo que rebasa el momento mismo de estar en contacto directo con el televisor; un proceso mediado desde diversas fuentes y condicionantes que involucra distintas dimensiones cognoscitivas (racionales, afectivas, estéticas, simbólicas) y transcurre, y se va conformando como tal a lo largo de diversos escenarios, donde a su vez transcurre y se conforma la vida cotidiana, las identidades y la producción cultural de las teleaudiencias.

El estudio de la recepción mediática constituye un objeto con muchas vertientes y posibilidades de vinculación con otros procesos sociales, como es el caso de nuestra investigación. Esto es aceptable en la medida en que la recepción puede ser vista como una “ventana para asomarse a otros procesos sociales” (Orozco, 1994), pues no se limita al acto de ver televisión o estar frente a la pantalla, sino en ella está involucrada una serie de procesos socioculturales relacionados entre sí que se dan antes, durante y después de mirar la televisión.

### **2.1 LA RECEPCIÓN TELEVISIVA Y SU INVESTIGACIÓN**

En la primera parte de este trabajo se han descrito las distintas concepciones de cultura y como señala Néstor García Canclini (2004) ésta se produce, circula y se consume en la historia social. Y dado que tanto la historia como la cultura están inserta en las prácticas

sociales, poseen un rasgo de cambio y continuidad en esa lógica los estudios de recepción permiten comprender como un objeto puede transformarse y definirse a partir de la reapropiación y resignificación social.

Grimson y Varela (2002) plantean que el estudio de la recepción en los sectores populares en América Latina se presentó como una vía fructífera de exploración de las significaciones y la producción de sentido. Este interés marcado por la búsqueda de politizar la cultura y demostrar la relevancia de los procesos simbólicos para la política, se encontró en la base de los análisis que rechazan a la vez el determinismo tecnológico y textual.

La investigación sobre la recepción ha estado dominada por dos paradigmas que en su concepción más clásica, resultan completamente reduccionistas, el *individualismo espontaneista* y los *determinismos reduccionistas*. Como señala García Canclini “la teoría clásica de la ideología y las investigaciones conductistas sobre los efectos, carecen de conceptos para dar cuenta de la mediación entre lo social y lo individual. El marxismo sobreestimó el polo macrosocial –la estructura, la clase o los aparatos ideológicos- y casi siempre deduce de las determinaciones, sobre todo bajo la teoría del reflejo, lo que ocurre en la recepción. El conductismo simplificó la articulación al pretender entenderla como un mecanismo de estímulo-respuesta, y por eso cree que las acciones ideológicas se ejercen puntualmente sobre los destinatarios y pueden generar prácticas inmediatas” (En Bourdieu, 1984: 34).

El estudio de la recepción cobra sentido en este trabajo dado que, en su perspectiva culturalista aporta claves importantes para observar los cambios en el consumo cultural de los contenidos televisivos y como éstos se enlazan a las prácticas diarias en la vida cotidiana entre ellas las que se vinculan con lo político. De este modo la concepción de la cultura como un proceso cambiante se relaciona de manera apropiada con el estudio de la recepción en el ámbito de la vida cotidiana.

### **2.1.1 La vida cotidiana y la televisión**

En décadas recientes el estudio de la vida cotidiana ha pasado del corpus teórico de la filosofía, a una indagación empírica en la sociología, la antropología, la comunicación, etc., a fin de posibilitar el acercamiento a distintas realidades y modos de construcción de lo social. Se hizo cada vez más necesario para las Ciencias Sociales modernas aproximarse a la base de la socialidad y la constitución de los sujetos. En la comunicación el uso de la categoría



analítica se hizo necesario en la exploración del espacio de la recepción, particularmente en el doméstico.

La vida cotidiana se constituye como el espacio en el que transcurren las prácticas habituales, las prácticas comunes, “las maneras de hacer”, para ser en sociedad, aquellas experiencias particulares que se articulan con el ritmo, hábitos, patrones, tradiciones, roles de la sociedad en su conjunto, con significados, con textos, productos; no obstante en él se construyen procedimientos minúsculos que “juegan”, negocian y resignifican los discursos de las élites. La vida cotidiana es un pequeño espacio que transcurre articulado con el orden social, en él se reproducen las formas de organización, pero también se recrean.

La consideración de la vida cotidiana como concepto central en los Estudios Culturales a partir de la visión fenomenológica de Shütz y el interaccionismo simbólico, propone un desplazamiento en la mirada predominante de las Ciencias Sociales del siglo XX hacia los procesos cotidianos. Sugiere además del análisis de lo microsocio, el énfasis en la significación de la vida social a partir de los micromundos.

Los trabajos filosóficos de Alfred Shütz fueron ampliamente influidos por Edmund Husserl y Max Weber; plantean que existe un mundo de la vida cotidiana que los sujetos viven en una actitud natural, desde el sentido común; se interesan en el modo en que las personas producen activamente y mantienen los significados de las situaciones. Esta actitud frente a la realidad permite a los sujetos suponer un mundo social externo regido por leyes, en el que cada sujeto vive experiencias significativas y asume que otros también las viven, pues es posible ponerse en el lugar de otros; desde esta actitud natural el sujeto asume que la realidad es comprensible desde los conceptos del sentido común que maneja, y que esa comprensión es correcta (Schütz, 1932)<sup>51</sup>.

En ese sentido como lo plantea Shütz los actores sociales crean significado y a la vez una conciencia compartida del orden social. El orden social es dependiente de los significados compartidos (En Tuchman, 1978: 201). El interés de Shütz se centraba no en el intercambio

---

<sup>51</sup> Un concepto importante que desarrolla Alfred Shütz es el de intersubjetividad en el que se analiza la comprensión y la comunicación recíproca, “el mundo intersubjetivo no es un mundo privado, es un mundo común a todos. Existe porque vivimos en él como hombres, con quienes nos vinculan influencias y labores comunes comprendiendo a los demás y siendo comprendidos por ellos... la intersubjetividad existe en el ‘presente vivido’ en el que nos hablamos y nos escuchamos unos a otros. Compartimos el mismo espacio con otros. Esta simultaneidad es la esencia de la intersubjetividad y esta captación en simultaneidad del otro, así como su captación recíproca de mí hacen posible nuestro ser conjunto en el mundo”. (En Ritzer, 1993: 268)

físico de las personas sino en el como se comprenden recíprocamente sus conciencias, la manera en que se relacionan intersubjetivamente.

En tanto que George Mead (1999) se concentró en analizar las interacciones desde el punto de vista simbólico, es decir que éstas se dan en torno a lo que significan en el mundo social; ha planteado que la comunicación es un proceso de poner la propia persona en el lugar de la otra y comunicarse por medio de símbolos significantes, donde lo esencial de estos consiste en que el símbolo afecte al individuo como a las otras personas, es decir, tenga un carácter social. Partiendo de ello lo destacable de su obra para nuestro estudio, es el concentrarse en la importancia de las interacciones en la vida cotidiana que son el vínculo con los grandes procesos sociales, pues al igual que Erving Goffman (1991) ponen énfasis en la relevancia de las relaciones sociales en el ámbito microsocioal como una clave de los proceso macrosociales. El interaccionismo simbólico de Mead y el social de Goffman dejan patente que las interacciones en la vida cotidiana, el plano microsociológico, son la proyección del orden social en el plano macrosociológico.

Por su parte, Agnes Heller (1977) concibe la vida cotidiana en su papel reproductor de la sociedad y el individuo. Considera que la vida cotidiana es el conjunto de actividades que caracterizan la reproducción de los hombres particulares, los cuales, a su vez, crean la posibilidad de la reproducción social. La autora señala que la esencia humana no es el punto de partida ni el “núcleo” al que se superponen las influencias sociales, sino que constituyen un resultado, el individuo se encuentra desde su nacimiento en una relación activa con el mundo en que nació y de que su personalidad se forma a través de esa relación. Lo familiar y lo doméstico es el campo de la reproducción de los individuos particulares, como la esfera de lo cotidiano o de la vida privada en contraposición a la vida pública. El otro eje teórico versa sobre el escenario, el mundo de las objetivaciones. La idea fundamental de la teoría de las objetivaciones es que éstas se presentan en distintos niveles, el primer nivel lo constituyen el lenguaje, el sistema de hábitos y el uso de los objetos, la esfera de la objetivación, sin la apropiación activa de este nivel no hay vida cotidiana en absoluto, pues sin ella no existe socialidad.

Como ámbito marcado por rutinas y actos fragmentarios que cumplen como infraestructura y también como dimensión simbólica, la tarea de sustentar los edificios sociales (Piccini, 2001), el espacio de la vida cotidiana se constituye como central, aunque siguiendo a Piccini, la naturalidad con que se efectúan las práctica cotidianas las vuelve invisibles.

Para Michel de Certeau (1990) lo cotidiano es una creación muda y colectiva donde prevalecen las prácticas culturales, en ella los usos se constituyen como operadores de apropiación. El pensamiento de De Certeau es clave en este trabajo en cuanto reflexionó sobre las prácticas cotidianas procesos de resistencia social tejidos en los espacios de la cotidianeidad, microresistencias que fundamentaban procesos de libertad. Tales procesos, según De Certeau, se fundamentan en rasgos de actividad de la sociedad ejercida a través de sus prácticas diarias que implican y ha implicado mecanismos de resistencia en distintas épocas. Con su “teoría de la prácticas” propone modos de entender las diferentes formas del hacer en oposición a la “microfísica del poder” planteada por Michel Foucault, De Certeau enfatiza que los débiles son capaces de generar un ambiente de “antidisciplina” en pequeños espacios de resistencia y con sus distintos modos de hacer.

En el terreno de los estudios culturales en comunicación se retoma la importancia del estudio de la vida cotidiana dada por estos autores y se articula con el consumo de la televisión, medio que desde su masificación en el mundo ha sido clave en la organización de la vida social, con la televisión se han definido hasta la actualidad patrones y rutinas de interacción social y con el propio medio. Se ha debatido desde sus efectos hasta su uso social basado en la capacidad comunicativa de la audiencia expresada en el propio consumo de algunos géneros.

Silverstone (1994) considera que la vida cotidiana se conforma de espacios domésticos y suburbanos, y por estructuras industriales y tecnológicas, la televisión debe entenderse en relación con todos estos aspectos y como un medio inserto en los múltiples discursos de la vida cotidiana. Estima que es un medio eminentemente doméstico y forma parte de nuestra cultura hogareña en tanto que su programación y sus horarios proporcionan estructuras y modelos de vida doméstica<sup>52</sup>. El trabajo de Silverstone y Morley (1996), propone la inserción del medio tecnológico como vinculación entre la esfera pública y la privada, en las prácticas de los sujetos e incluso como parte de un conjunto tecnológico al referirse a la convergencia mediática.

---

<sup>52</sup> Algunos autores han dado cuenta de que la televisión se desplaza desde hace algún tiempo del ámbito doméstico al público, Ver Varela Mirta (1997) ponencia "Consumo de televisión en espacios públicos", en Las III Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, "Comunicación: campos de investigación y prácticas", Argentina; Rodríguez (2009) y Repoll (2010).

En cuanto al carácter de la televisión como tecnología doméstica Silverstone y Morley (1991) señalan que la domesticidad posee tres dimensiones, a saber: el hogar (unidad fenomenológica), la familia (unidad social) y la casa (unidad económica) (Silverstone, 1994). El centro de los trabajos de estos autores es pasar de la concepción sociosemiótica de los textos al análisis y estudios de los contextos de recepción. Al recuperar el trabajo de Roland Barthes se parte de la consideración de los discursos televisivos como textos que implican una lectura polisémica.

Para Silverstone y Morley (1991) las prácticas y rutinas cotidianas de la familia son ubicadas como instituciones que objetivan valores de la cultura, reproducen la realidad y se establecen como la unidad básica en una sociedad tradicional. La familia instaaura relaciones internas de convivencia, rutinas y reglas de comportamiento, en estos rasgos constituye una institución que aglutina reglas y roles determinadas por las propias estructuras de la sociedad.

En la investigación de la comunicación se ha determinado en las últimas dos décadas su importancia en el consumo cultural de la televisión particularmente entendiendo su carácter como foco de las actividades familiares, como un recurso y como un componente del sistema familiar (Silverstone, 1994).

De acuerdo con lo que De Certeau ha propuesto (1990) se puede señalar que la propia práctica de ver televisión, se convierte en una estrategia o táctica de resistencia por cuanto la audiencia en su actuar cotidiano selecciona lo que ve, como lo ve, y hace de ello parte de su experiencia social integrándola a sus vivencias y alimentando la lectura del contenido televisivo con su experiencia social.

### **2.1.2 La familia y la televisión, definiendo al grupo observable**

La definición de la familia como grupo observable en la investigación en las Ciencias Sociales modernas se ha convertido en una necesidad, dada su condición articuladora de las actividades cotidianas de los sujetos.

Por definición, la familia es el núcleo básico y la estructura permanente para la sobrevivencia de la sociedad. Durante mucho tiempo la familia fue la unidad económica básica de las sociedades; hoy el concepto de familia se refiere más a eventos relacionales y de reproducción socio-cultural. La familia es un constructo social complejo, que se desenvuelve en un mundo de múltiples interrelaciones pluridimensionales que se intersectan en diversos planos del quehacer cotidiano. En todas y cada una de sus expresiones, la familia es

funcional al sistema del que forma parte, lo reproduce, a la vez que contribuye a modificarlo, a través de cambios cotidianos que adecúan distintos procesos sociales a las nuevas circunstancias (Tello, 2005).

La familia posee un enorme alcance en la organización de la vida cotidiana, concepto cuyo valor fue retomado por los Estudios Culturales congruentes con el concepto de praxis del marxismo en la idea de ciencia-acción (Gramsci, 1999). Asimismo, diversos estudios han dado cuenta de cómo la interacción familiar ha estado trazada por el consumo televisivo, y la familia a su vez juega un rol clave en la legitimación de determinadas lecturas de los medios (Orozco, 1996). Aunque hay estudios que han analizado el desplazamiento de la recepción a espacios públicos (Rodríguez, 2009) (Repoll, 2010), la recepción doméstica en familia sigue siendo una práctica predominante en términos de interacción social<sup>53</sup>, sobre todo en circunstancias en las que el hogar es un espacio concentrador y arropador, ante un entorno urbano despersonalizado y excluyente, de forma particular en ciertos sectores de la sociedad como se ha observado como parte de los hallazgos del trabajo empírico de esta investigación.

La familia forma parte de comunidades interpretativas (Fiske, 1987) y/o de apropiación y significación (Orozco, 1991, 1994) donde se intercambian las asimilaciones hechas previamente y se reapropian nuevamente hasta que se conforma una significación definitiva por parte del sujeto. En el espacio familiar se enlazan rutinas y actividades; la televisión puede fortalecer la comunicación interna y externa ya que vehicula temáticas compartidas y actividades en común (Barrios, 1992). De igual modo otras investigaciones han documentado que se constituye como un elemento en el que las relaciones familiares atraviesan por la dimensión educativa como mecanismo de control y de enseñanza (Renner, 1992).

Incluso investigaciones como las de James Lull (1991, 1992, 1995) han tratado de establecer la importancia de las relaciones sistémicas y sistemáticas que se establecen entre televisión y vida familiar, a partir de indagaciones comprensivas, Lull ha penetrado en niveles macroestructurales a partir del acercamiento a las relaciones y prácticas en lo microsocioal.

Morley y Silverstone (1993) han dicho que se escoge la familia porque ésta como unidad básica del consumo doméstico ofrece el contexto más apropiado para una investigación

---

<sup>53</sup> Justamente en esta exploración se observó como para los sujetos estudiados, la familia es un lugar de llegada, y es el grupo sobre el cual se articulan las rutinas.

naturalista<sup>54</sup> del consumo y la producción de significados televisivos de otros tipos. Señalan que las familias viven bajo ciertas reglas y es trabajo del etnógrafo explicar y conocer estas reglas ya que éstas rigen el modo en que las personas se organizan por ejemplo alrededor de la mesa o quien decide qué se ve en la televisión. Estas tienen que estudiarse para comprender el modo en el que los diversos medios de comunicación se incorporan a los mundos privados.

La familia es tanto el grupo socializador de reglas, normas, valores, la habilitación de los sujetos para sus interacciones en la sociedad, la encargada de la transmisión cultural a nivel micro, como la depositaria del orden socioeconómico y estamental que normalmente se reproduce generacionalmente, es decir, sufre algunas modificaciones producto del ascenso en la escala social derivado de la capitalización cultural y económica de las generaciones, pero normalmente mantiene los rasgos de clase.

Las familias pertenecientes a las clases bajas o populares poseen rasgos muy particulares, cuyo centro radica en las estrategias de supervivencia y en sus modos de relacionarse con otras expresiones de la sociedad como sus propias aspiraciones. Actualmente en nuestro país ocupan un lugar importante en la distribución poblacional como se vera en el siguiente capítulo, aquí el objetivo es definir desde el punto de vista teórico a nuestro grupo observable en aras de trazar los rasgos que nos lleven a su comprensión amplia derivada del trabajo de campo.

#### **2.1.2.1 Las familias pobres**

De acuerdo a lo antes mencionado y en congruencia con la línea argumental, es necesario hacer aquí una definición general sobre el grupo observable, sin embargo, más adelante se hará una revisión en términos mucho más amplios desde su posición en la estructura económica del país y su estudio en America Latina, así como de los rasgos que le llevan a constituirse como una condición estructural que participa y es clave en el proceso de recepción televisiva, una *mediación*.

Como parte del auge de las Ciencias Sociales posterior al periodo de posguerra, uno de los conceptos que resultó muy fructífero en términos teóricos y empíricos fue el de

---

<sup>54</sup> Nos referimos a la indagación que el investigador hace del contexto donde se llevan a cabo las prácticas, adentrarse y penetrar en el ambiente natural donde se llevan a cabo los fenómenos sociales, en oposición a la investigación experimental que reconstruye de manera artificial entornos para llevar a cabo la investigación.

marginalidad, particularmente en las investigaciones de la Escuela de Chicago con Robert Park sobre la integración de los grupos raciales en Norteamérica a la sociedad.

Cárdenas Galindo (2007) especifica que el término marginalidad se empieza a utilizar como una forma de designar la condición deprimida de los sectores más bajos de la población urbana, segregados en núcleos habitacionales no incorporados a la red de servicios urbanos, manifestado ecológicamente en viviendas improvisadas sobre terrenos irregularmente ocupados. Este enfoque –ecológico– nació con el problema social de los grupos depauperizados invadiendo terrenos urbanos en Norteamérica en las primeras décadas del siglo pasado, las acciones de estos grupos marginales provocó en ciertos sectores el temor de una movilización política popular. Con el paso del tiempo quedó claro que esta perspectiva no pasó el límite de una concepción empírico-ideológica, sobre todo descriptiva, que hace residir la marginalidad en los individuos mismos más que en la situación social de los sectores marginales y en la estructura de la sociedad subdesarrollada.

La categoría se relacionó entonces a la definición de unidades familiares ubicadas en el rango más bajo de la escala social y los grupos estudiados eran vistos como disfuncionales, en una óptica funcionalista. Cárdenas Galindo (2007) señala que para el marxismo el planteamiento dialéctico marxista de la marginalidad se inscribe antagónicamente a la formulación funcionalista. Intenta superar la mera descripción con base en la fundamentación del análisis de las contradicciones en el seno de la realidad social existente. La integración de los polos marginador-marginado tiene su origen en las relaciones de producción y expresan una posición de antagonismo en el marco de una estructura social dividida en clases sociales. La superación de esta contradicción no se obtiene en el contexto único del polo marginal, sino que recorre el cuestionamiento integral de la estructura y sistema social que la hace aparecer, genera y reproduce permanentemente. La estructura social *per se* no es capaz de superar la contradicción de la marginación si no se implica la transformación de las bases mismas de la sociedad.

Para Larissa Adler<sup>55</sup>, las familias marginadas están caracterizadas por vivir en un estado de inseguridad crónica en lo tocante tanto al empleo como a los ingresos. A partir de su trabajo

---

<sup>55</sup> En los setentas Larissa Lomnitz Adler (1975) mediante trabajo de campo documentó la vida en las periferias de la ciudad y las estrategias de supervivencia que debían operarse para subsistir en condiciones de total precariedad; el título de su tesis doctoral que se publicó y reeditó varias veces es *Cómo sobreviven los marginados*. Esta autora cambió su firma en años recientes, por ello aparece en algunos textos como Adler Lomnitz y en otros como Lomnitz.

empírico en los setentas, Adler señala que ante estas circunstancias sobreviven a través de las redes sociales, basadas en instituciones tradicionales como son la propia familia, la amistad y el compadrazgo, y en el concepto de reciprocidad, entendido como un intercambio entre iguales. Estas redes “de carne y hueso” propician un intercambio permanente de bienes y servicios, así que la cooperación intrafamiliar de esposas, niños y abuelos es parte de una cooperación interfamiliar generalizada. Las redes están formadas en su mayoría por parientes cercanos, pero también incluyen a vecinos no emparentados quienes eventualmente pueden ingresar a la familia a través del parentesco ficticio o compadrazgo (2000). Las familias en este mundo marginal, apunta Adler Lomnitz, han desarrollado una economía informal propia que depende del número de miembros empleados, donde para poder mantener esta economía en funcionamiento, tienen que conservar altas tasas de nacimiento: las familias marginadas constituyen el 30% de la población de la ciudad de México y el 26% de las familias estudiadas tienen entre seis y diez hijos (Lomnitz, 2000). Ese diagnóstico que corresponde a la ciudad en décadas pasadas tiene otros matices.

Para efectos de una aproximación que provea de mayores elementos de actualidad, se trabajó con la categoría de familias pobres como base para situar teóricamente a nuestro grupo social observable con una exploración empírica necesaria. Sobre todo porque el concepto de marginalidad se asoció ampliamente a un proceso de disfunción social desde la perspectiva funcionalista (Ziccardi, 2004). Las principales preocupaciones de esa nascente sociología urbana eran el alto grado de conflictividad social que existía en esa ciudad, lo cual provocaba elevados niveles de malestar social. Sus diagnósticos dieron origen a una teoría psicosocial del hombre marginal que consideraba que el espacio urbano degradado, la pobreza urbana que presentan ciertas zonas de la ciudad, determinaba el comportamiento marginal, antisocial, de los individuos.

Oscar Lewis<sup>56</sup>, antropólogo norteamericano que realizó varias investigaciones etnográficas en México, Cuba y Puerto Rico con familias pobres, indica que estudiar empíricamente a una familia es clave para su comprensión amplia, dice que “una familia es una unidad natural de estudio, particularmente en una gran metrópoli como la Ciudad de México. Más aún, al describir a una familia vemos a sus individuos conforme viven y trabajan juntos, en lugar

---

<sup>56</sup> En la década de los sesentas Oscar Lewis realizó un estudio con cinco familias y captó la relación estrecha entre la pobreza familias emigradas a la Ciudad de México y la construcción de sus ilusiones y desesperanzas.



de verlos como promedios o estereotipos implícitos en los informes sobre patrones culturales. Al estudiar una cultura, a través de los análisis intensivos de familias específicas, aprendemos lo que una institución significa para un individuo. Nos ayuda a llegar más allá de la forma y estructura de las realidades de la vida humana, para emplear las palabras de Malinowsky, ponemos sangre y vida al esqueleto. Los estudios de familias salvan la brecha entre los esquemas conceptuales de la cultura por un polo y el individuo por el otro; nosotros contemplamos ambos, la cultura y la personalidad, conforme se interrelacionan en la vida real” (1961: 17-18).

Tello (2005) indica que las familias pobres normalmente se avecinan en las llamadas “colonias populares”, ahí viven en una economía de subsistencia más o menos apremiante. Lo que coloca a la economía familiar e individual en el centro de la problemática, y en consecuencia, el valor central es el dinero; sus vidas cotidianas giran en torno a su obtención. En las colonias populares existe una cercana relación entre vecinos, quienes suelen pasar algo de su tiempo en las calles cercanas a su domicilio. A pesar de ello, indica la autora, el entorno social de dichas colonias urbanas es un contexto en el que la inseguridad y la violencia tienen presencia permanente.

El tema de la pobreza, escasamente reconocido, sugiere antagonismos de clases, problemas sociales y necesidades de cambios; frecuentemente es interpretada en esta forma por los mismos sujetos del estudio. La pobreza viene a ser el factor dinámico que afecta la participación en la esfera de la cultura nacional creando una subcultura por sí misma, uno puede hablar de la cultura de la pobreza, ya que tiene sus propias modalidades y consecuencias distintivas sociales y psicológicas para sus miembros (Lewis, 1961). El asunto de la pobreza será más ampliamente abordado adelante; su análisis tiene muchas aristas. Por lo pronto es necesario comentar que su relación con el consumo mediático es de gran trascendencia en tanto la población que vive en situación de pobreza tiene escasas posibilidades de adquirir mayores opciones de contenidos y debe limitarse a ver aquello que las élites eligen que debe ver (Murdock y Golding, 1986) (Golding y Murdock, 1990).

Por otro lado, de la relación pobreza medios de comunicación pueden derivarse otras tantas líneas para su exploración, como el manejo de la pobreza por parte de los medios de comunicación en estereotipos, la utilización mercantil de la pobreza para la colocación de productos culturales de escaso contenido, el uso de los medios en el combate a la pobreza desde la perspectiva teórica de los setentas y el discurso del desarrollismo, así como el

discurso gubernamental legitimado por las industrias mediáticas, hasta uso y consumo de los sectores mayoritarios que se encuentran en la pobreza en nuestro país, particularmente de la televisión, entre muchos otros. Un aspecto vinculante de la pobreza y televisión es la apropiación y resignificación sobre los contenidos mediáticos, el concepto de *supertemas* es muy útil para explicar esta relación que se establece entre la audiencia y los contenidos, especialmente en géneros como los noticieros ampliamente vistos en nuestra sociedad.

## **2.2 LA TELEVISIÓN Y LA INFORMACIÓN, LOS *SUPERTEMAS* EN EL ANÁLISIS INTEGRAL DE LA RECEPCIÓN**

En la teoría liberal de la democracia la información es un elemento clave para la toma de decisiones de la ciudadanía, prácticamente es un requisito para evaluar el buen funcionamiento del sistema. Consecuente con esa perspectiva, el estudio clásico de la cultura política metodológicamente hablando se limita a buscar la relación entre el conocimiento, los sentimientos, la evaluación del sistema político en torno a la democracia, sin penetrar en los procesos que están alrededor y al interior mismo de cada nivel del modelo.

En contraste, en los análisis socioculturales la perspectiva es más amplia y se enfoca a analizar procesos, en términos de la comunicación se estudia el proceso concreto en que los discursos mediáticos se encuentran con las prácticas culturales de los sujetos (Jensen, 1990, 1993), su contexto y las experiencias en la vida cotidiana.

Este planteamiento cobra importancia pues permite una valoración y comprensión amplia, más allá de la causa (información) y el efecto (toma de decisiones/actitud o comportamiento político-electoral), del proceso en el que los sujetos se relacionan con la información, sobre todo la política, a través de los medios de comunicación, y como parte de un proceso en el que participan más elementos, como son las *comunidades interpretativas*, las *estrategias televisivas* y los *supertemas* (Orozco, 1994 y 1997):

1. Las *comunidades de apropiación* y la significación del mensaje: La audiencia participa a la vez en varias comunidades de significación en las se intercambian las apropiaciones que se hacen de los mensajes, la reapropiación se da hasta producir una significación definitiva. Al ir el proceso de la recepción pasando por distintas comunidades, complejiza la tarea de investigación. Se tiene que considerar que cada miembro de la audiencia es partícipe de varias comunidades de apropiación, algunas de las cuales no están en sintonía o hasta se contradicen.
2. Las *estrategias televisivas de recepción* de los sujetos. Las estrategias implican horarios de interacción con un medio o género, intereses del receptor, preferencias, maneras de interactuar con los distintos mensajes y modos concretos de uso de esos mensajes. También

involucran niveles de interacción: el normativo (la audiencia tiene el papel de un deber ser o un ser ideal que disfruta de los mensajes) pragmático (las condiciones situacionales y lo espontáneo influyen mucho en la manera de interacción). Se involucran también estrategias de decisión entre las que se encuentran: las de tipo estético, informativo, emotivo, funcional y pertinentes a la satisfacción de necesidades cognoscitivas y afectivas concretas, las cuales suponen asumirnos como receptores activos capaces de repetir recepciones específicas.

3. Los *supertemas* de la audiencia en juego: son aquellos universos temáticos que son cotidianamente importantes para la audiencia. Se toma en cuenta lo que toma importancia el receptor y sus intereses que pueden ser educativos, política, trabajo, sexual, entre otros. Son temas sobre los cuales con mayor facilidad intercambiamos ideas, actitudes y opiniones o asumimos posiciones frente a otros.

Esta perspectiva contiene una de las visiones más recientes en la investigación social de la comunicación, posee importantes coincidencias con los Estudios Culturales, tanto a nivel teórico, metodológico como epistemológico (Vega, 2004), y resulta de gran utilidad pues su principal cualidad radica en que concibe a la recepción como un proceso de interacción múltiple y en varios sentidos:

- Sujetos con mensaje
- Sujeto consigo mismo
- Contexto donde se da el intercambio

Entre los principales planteamientos del análisis integral de la audiencia, Jensen (1993) plantea que debe considerarse que el sujeto tiene una participación activa en el proceso pero particularmente que es un agente productor de significado. “La evidencia cada vez más clara sobre como descifrar el contenido de los medios, puede entenderse como una implicación de que las audiencias se apropian el significado y lo transforman para sus fines particulares” (Jensen, 1990:97).

En este enfoque el contexto, más que la cultura, ocupa una posición determinante, analizan los procesos concretos en que los discursos mediáticos se encuentran con las prácticas socioculturales de los sujetos.

En coincidencia con los Estudios Culturales y la sociosemiótica, los mensajes son concebidos como textos. Con influencia de Charles Peirce, Jensen plantea que debe considerarse necesariamente la serie de significados y polisemia del texto. Pero que el análisis de la recepción aduce que los textos y sus receptores son elementos complementarios (1993:166).

Otro planteamiento concreto es partir de la pregunta ¿cómo se realiza la interacción entre la TV y audiencia?, dando como resultado “El enfoque integral de las audiencias” (Jensen, 1987) que implica:

- Analizar la interacción de los componentes y ,
- Asumir que esa interacción es un proceso.

Para Jensen la forma más adecuada de aproximación al estudio de la comunicación es la cualitativa y aunque complementa sus indagaciones con herramientas cuantitativas como el sondeo, predomina la perspectiva comprensiva dado que argumenta que en la investigación cuantitativa predomina el carácter predictivo y no el explicativo.

El postulado metodológico que prevalece aquí es que “en el esfuerzo de entendimiento, entonces, se asumen que la realidad no existe *per se*, independiente del sujeto cognoscente, sino que existe sólo en la apreciación que éste haga de ella y la manera en que la haga. La metodología cualitativa es descriptiva y analítica (Orozco, 1994).

Un concepto que este autor construye y que resulta de gran utilidad para vincular la información política vertida por los medios de comunicación con el contexto de recepción, la significación y apropiación que de ella hace la audiencia, es el de los *supertemas*, lo define como procedimientos interpretativos que la audiencia emplea para la reconstrucción del significado en el género de la noticia (1993:175). Los *supertemas* posibilitan el acercarse a todo aquello que preocupa e interesa a la audiencia y que influye en sus modos específicos de apropiarse de los mensajes.

Esta noción se deriva directamente de los planteamientos de la Teoría de la *Agenda Setting*, desarrollada por Maxwell McCombs (1972), quien planteaba que la idea básica afirma la existencia de una relación directa y causal entre el contenido de la agenda de los medios y la subsiguiente percepción pública de cuáles son los temas importantes del día. Se afirma un aprendizaje directo de los miembros del público respecto de la agenda de los media. De acuerdo a ello, la gente puede aprender sólo de aquellos mensajes a los que se expone, el *Agenda-Setting* se origina en el ámbito general referido a cómo la gente organiza y estructura el mundo a su alrededor. Del tal modo la noción de los *supertemas* posibilita comprender de qué manera los mensajes son apropiados y resignificados a partir de la experiencia propia y como su jerarquía puede variar en función de las vivencias propias y no de la elaborada por las instituciones mediáticas.

Orozco Gómez (1991, 1992, 1994, 1997), ha señalado que la investigación debe centrarse en la pregunta ¿qué hace la audiencia con la televisión?, misma que ha estado presente tanto en la sociología empírica norteamericana basada en el modelo de Usos y Gratificaciones (Rubin, 1997), como en la corriente latinoamericana del “uso social de los medios”, desarrollada por Jesús Martín Barbero.

Orozco señala que es necesario explorar el proceso de “ver televisión” a fin de crear estrategias de intervención de la *televidencia* (1992, 1994, 1996).

Este autor parte de dos planteamientos:

- A) Que la relación de las audiencias con la televisión, en el goce del tiempo libre y de la producción cultural a partir de estar inmersa en la vida cotidiana, debe poseer un carácter de interlocución.
- B) Que la producción científica sobre el tema debe producir un conocimiento útil para lograr una mejor comprensión de la relación audiencias-tv, a fin de mejorar la interlocución de las audiencias con la tv y estimular la formulación de políticas públicas de comunicación que tiendan a fomentar la participación democrática de las sociedades de fin de milenio.

La interacción tv-audiencias debe contemplar a ambas de la siguiente forma, considerar a la audiencia no sólo como sujeto activo frente a la televisión, sino principalmente como agente social y miembro de una cultura en su múltiple interacción con la televisión para así entender las prácticas comunicativas. Y a la televisión como el referente fundamental al que es necesario entender y descubrir, entendiendo que si bien no es el medio todopoderoso tampoco es completamente inocuo ni neutral, pues es también una institución necesariamente determinada de manera específica en las distintas sociedades, tiene un papel no determinístico pero sí importante.

La *televidencia*, es un concepto central que desarrolla el autor a partir de la investigación empírica, y alude al proceso que antecede y prosigue al acto de ver televisión. Cuando se está frente a la pantalla se tiene una relación directa con el mensaje televisivo, esta no acaba cuando se apaga el televisor, se vuelve indirecta. Además el receptor lleva el mensaje a otros escenarios en donde es reapropiado el mensaje e incluso implica múltiples interacciones de la audiencia con la tv a distintos niveles y es objeto de múltiples *mediaciones*<sup>57</sup>. De ahí que el estudio de este proceso permita entender, acercarse y *asomarse* a otros procesos de construcción de sentido.

---

<sup>57</sup> Como se señaló en el capítulo anterior, el término lo idea Manuel Martín Serrano, Jesús Martín Barbero lo retoma entendiéndolo como el espacio desde donde se miran los distintos procesos socioculturales (1987), y Guillermo Orozco lo pone a trabajar en un modelo teórico-metodológico.

Los tipos son:

- Individual: surge de la persona como individuo, como un desarrollo cognoscitivo y emotivo específico y como sujeto social.
- Situacional: Se refiere a la situación en que se entabla la interacción TV-audiencia más allá del momento de contacto directo con la pantalla, incluyendo los diferentes escenarios en los que se desarrolla esta interacción más allá del hogar.
- Institucional: la audiencia participa en varias instituciones sociales y no borra otras identidades sociales al constituirse como tal. Las instituciones desarrollan en su interior juegos de poder con reglas diferenciadas.
- De referencia: incluye todas aquellas características que sitúan en un contexto o ambiente determinado. Los programas se ven e interpretan desde contextos específicos (edad, género, etnia, origen social o geográfico).
- Tecnológica: la televisión produce su propia mediación y utiliza recursos para imponerla sobre su audiencia. Los modos de estructurar los textos para reproducir lo que sucede en el mundo. Se deben estudiar los diversos niveles textuales de los productos mediáticos.

Y sus dimensiones centrales son:

- Múltiple:
  - a. Intercambio simbólico. Contenido objeto de negociación – creación de significados
  - b. Intercambio perceptivo. Esquemas, destrezas, patrones cognoscitivos. Contenidos y en esquema mental. Se condiciona la percepción y producción de significados
  - c. Intercambio afectivo. Emociones y sensaciones de la interacción de la audiencia con la tv
  - d. Intercambio agenciativo. Actividades tácticas y estrategias, hábitos y usos.
- Normativa y pragmática permite entender la autonomía relativa. Negociaciones propias de la audiencia consigo misma, tensión entre el deber ser y el querer, conlleva un alto grado de imprevisibilidad que permite entender la “autonomía relativa”.

Basándose principalmente en los planteamientos de Raymond Williams y Stuart Hall, Orozco señala que las propias características técnicas de la televisión le permiten construir un discurso que:

- Apela predominantemente a la emotividad a partir de provocar las emociones de la audiencia
- Al poseer una esencia audiovisual su lenguaje es fundamentalmente denotativo que dificulta descubrir su encodificación, al mostrar elementos puramente descriptivos no posibilita comprender la manera en que se construyó.
- Construye un discurso creíble a partir de la imagen, lo naturaliza
- Muestra una realidad construida, bajo ciertos criterios y orientaciones
- Compite con otras instituciones para hacer valer sus significaciones y hacer y predominar en la socialización de los miembros de la audiencia
- Contiene una paradoja en la cual dado su carácter polisémico para buscar a los distintos segmentos de la audiencia, su contundencia para imponer su significado es menor.

A partir de ello, el autor construye la parte central de su enfoque, argumenta el potencial dominante que posee la televisión, pero enfatiza que no hay ninguna garantía de que sus significaciones sean reproducidas por la audiencia. No obstante, considera que es necesario estimular esa capacidad crítica y activa de la audiencia, entendiendo que la televisión juega un papel determinante en las prácticas sociales.

Sin aceptarlo, parte de los hallazgos de los efectos limitados (Lazarsfeld, 1944) para destacar el carácter activo de la audiencia y señala que se constituye por el involucramiento con las secuencias interactivas que son atención, comprensión, selección, valoración, almacenamiento, integración, apropiación y producción de sentido.

Uno de los puntos interesantes del trabajo de este autor es el cuidado en la sobrevaloración de la audiencia, asumiéndose como investigador crítico, parte de la idea de que la característica de actividad de la audiencia es limitada, dada la estructura de la televisión y la oferta, y ello genera la necesidad de educar, desarrollar y propiciar la capacidad de negociar, resistir y aún contraponer significados o darles nuevos a partir de los referentes televisivos.

Esta reflexión de Orozco resulta importante y clave para nuestro trabajo, pues los sujetos, a partir de su contexto, lugar social, clase social u otros referentes, tienen la posibilidad de matizar y definir o bien, de construir su proceso de respuesta a la información que se vierte a través de los medios de comunicación, no obstante, esta posibilidad puede limitarse, sobre todo por condiciones macroestructurales. En realidad hay una tensión entre la autonomía de la audiencia, su capacidad de resistencia creativa y un entorno compuesto de múltiples instituciones que, en el caso de México no tienen como fin potencializar las capacidades críticas y reflexivas de la ciudadanía.

Por ejemplo el tipo y número de noticieros, principal género televisivo en el que se hace pública información de diversa índole, y que constituye la principal fuente de información política, tiene un proceso de producción atravesado por distintas estructuras (Tuchman, 1978) (Verón, 1987) (Alsina, 1989). En lo que a géneros tiene que ver, el mayormente consumido en México es la telenovela<sup>58</sup>, y en general carecen de contextualización y resultan demasiado artificiales.

---

<sup>58</sup> Según la última Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales de CONACULTA (2010), el 21% de las personas que aceptaron ver televisión prefiere ver telenovelas, sólo 2 puntos porcentuales debajo de los que prefieren ver noticieros (23%) y muy por encima de otros géneros como documentales (4%) o culturales (2%).

### 2.3 LA TELEVISIÓN Y LAS TELENÓVELAS. ENTRE LA UTOPIA Y EL IMAGINARIO SOCIAL

Las telenovelas se han convertido en un producto cultural de suma importancia en los países latinoamericanos. Su producción y consumo se han consolidado como objetos de estudio de innumerables<sup>59</sup> e importantes investigaciones como las encabezadas por Jesús Martín Barbero en conjunto con Jorge González en la Universidad de Colima en 1986-1987 e instituciones de otras latitudes como Lima en Perú y de Sao Paulo en Brasil, el proyecto OBITEL a escala internacional, entre otras<sup>60</sup>.

En este trabajo de investigación se considera que la telenovela articula una lógica político-ideológica tanto en su construcción como en su lectura. En su construcción al presentar como factor común la diferencia de clases sociales, su trivilización y relación armónica; y en su lectura o recepción elementos utópicos engarzados en los *imaginarios sociales*<sup>61</sup>, sobre todo en un país como el nuestro donde el asunto de la desigualdad social paralela a la pobreza adquiere niveles importantes.

El *imaginario social* es un concepto sociológico clave que podemos relacionar con la importancia de las telenovelas en la construcción de la cultura política, en tanto como hemos dicho condensa aspiraciones a través de la recreación de la vida cotidiana bajo el esquema del melodrama, aspiraciones que en específico se vinculan a la diferencia de clases, a la posición en la escala social de la audiencia y a la utopía que implica el acceder a la felicidad por medio de la solución de conflictos amorosos, conflictos que están generalmente trazados por las

---

<sup>59</sup> Ver Mazziotti (1996, 2007), Padilla (2004), Santa Cruz (2003).

<sup>60</sup> El trabajo científico-institucional y sistemático del fenómeno en México comenzó en 1989 con el Taller de Recepción y Usos sociales del Melodrama fundado por Jorge González en el Centro Universitario de Investigaciones Sociales de la Universidad de Colima. No obstante, hay trabajos que datan de años anteriores como el de Ma. del Carmen Galindo, *La telenovela de refuerzo de valores sociales*, (tesis profesional), México, Universidad Iberoamericana, 1985. Y los propios trabajos de González como “La cofradía de las emociones interminables”, en *Culturas Contemporáneas*, No. 4-5, 1988, Universidad de Colima, Colima, México. Ver por ejemplo *Cuéntame en qué se quedó. La telenovela como fenómeno social* que fuera la tesis de licenciatura de Ana Bertha Uribe Alvarado, Karla Y. Covarrubias, y Angélica Bautista, la cual ganó el Premio Nacional del Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) en 1991 y luego se publicó como libro.

Desde 2005 nace OBITEL, que es el Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva, donde confluye el trabajo de investigadores de España, Portugal, Estados Unidos, Chile, México, Argentina, Colombia y Brasil, para 2010 se inegró un equipo de Venezuela. Año con año dan cuenta de los cambios en materia de ficción televisiva observando el comportamiento de telenovelas, teleseries, telefilmes y reality shows. En México el trabajo lo encabeza Guillermo Orozco de la Universidad de Guadalajara.

<sup>61</sup> Este concepto se ha definido antes, ver capítulo 1.



clases sociales y que en el melodrama se niega simbólicamente el conflicto de la lucha de clases .

Baczko (1984) ha señalado que el concepto de *imaginario social* fue un concepto rechazado por la tendencia cientificista de mediados del siglo XIX, no obstante nos parece que es un concepto fértil en la actualidad pues implica el reconocimiento de la producción simbólica de la sociedad con acciones y hechos concretos que tienen que ver con las estructuras del poder. El *imaginario social* es un fenómeno social ya vislumbrado por Nicolás Maquiavelo y Erasmo de Rotterdam en la Edad Media cuando señalaban que había que gobernar con la anuencia del pueblo y operar a través de sus sueños. Sus expresiones son medibles en términos de opinión pública en hechos como la evaluación de eficacia política-gubernamental, la intención de voto, el comportamiento electoral, etc. El concepto implica una dimensión subjetiva en la sociedad como la imaginación social y el sueño colectivo, que como un puente enlaza el pasado y el futuro a través de representaciones y símbolos. Para Baczko (1984), tanto Marx<sup>62</sup> como Durkheim y Weber han definido el campo clásico de investigaciones sobre *imaginarios sociales*:

- ✓ Emile Durkheim. Para que una sociedad exista y se sostenga, para tener un mínimo de cohesión y consenso, es necesario que los agentes sociales crean en la superioridad del hecho social sobre el individual, una “conciencia colectiva” (sistema de creencias y prácticas que unen en una misma comunidad a todos los que se adhieren a ella). La comunicación se da por medio de símbolos tomados como realidades. Las representaciones colectivas reconstituyen y perpetúan las creencias necesarias al consenso social.
- ✓ Max Weber. La estructura inteligible de toda actividad humana surge del hecho de que los hombres buscan un sentido en sus conductas y en relación a ese sentido reglamentan sus comportamientos. Lo social se produce a través de una red de sentido. Otras tantas referencias por medio de las cuales los individuos se comunican, tienen una identidad común, designan sus relaciones con las instituciones. La vida social es productora de valores y normas, y por consiguiente, de sistemas de presentaciones que los fijan y traducen. Los 3 tipos de dominación política (tradicional, carismática y burocrática) se ejercen por medio de sistemas diferentes de representaciones colectivas

---

<sup>62</sup> Lo concerniente a Carlos Marx se describió en el capítulo I.

Bronislaw Backzo ha planteado también que *los imaginarios sociales* y los símbolos sobre los cuales se apoyan los primeros forman parte de complejos y compuestos sistemas, a saber en especial los mitos, las utopías y las ideologías. La emisión de los circuitos de los imaginarios sociales, necesaria para lograr el impacto e incluso control de la colectividad, se da en dos momentos: La transición de la cultura oral a la escrita (impresión y alfabetización) y la implantación durable de los medios de comunicación de masas, estos no sólo aumentan el flujo de información, también sus modalidades, realza ciertos acontecimientos cargados de actualidad.

Como parte de la modernidad, la comunicación de masas adoptó un lugar central en la cultura, las telenovelas se constituyeron en formatos que vinculaban una visión del mundo con la propia expresión del vulgo, luego como parte de su perdurabilidad, rescatan elementos de actualidad y en ello su consumo en la vida cotidiana es un momento en el que lleva a cabo “la interiorización muda de la desigualdad social” como ha dicho García Canclini (1984) y a la vez catalizadores de los sueños sociales, el final feliz constituye la catarsis a esas aspiraciones colectivas.

Este análisis resulta trascendente pues las telenovelas constituyen un formato que trasciende la esfera del entretenimiento y es susceptible de una lectura política por parte de la audiencia, principalmente por estas razones:

- Hay una apropiación intensa de la temática por parte de la audiencia como una forma de protesta simbólica (Martín-Barbero, 1987).
- Reproduce el status social de clases o estamentos bajo la fórmula de relación de ricos y pobres, la metáfora de la Cenicienta (Aguilar, Rosas y Vázquez, 1995).
- Es a la vez memoria y afectividad en la medida en que representa ciertos aspectos de la vida diaria, es decir, toma como referente casos, cosas, personajes y situaciones ancladas en la vida social, la telenovela proporciona diversos tipos de información (González y Mugnaini, 1986).
- La telenovela representa y focaliza sobre la vida cotidiana modulando y modelando sobre una materia “elementalmente humana” (González y Mugnaini, 1986).

### 2.3.1 Una breve revisión histórica

De inicio el fenómeno creció en América Latina, pero más tarde, como parte de la globalización, en el resto del mundo su difusión se amplió y las preferencias sobre el mismo fueron aumentando, sobre todo en naciones como Rusia, Portugal, Italia, España y la India. De tal modo que este género ha sido clave en el desarrollo de la industria televisiva en los países latinoamericanos. Esta situación puede explicarse por la capacidad de convocatoria que el género de ficción melodramático posee frente a la pantalla, y que evidentemente se traduce en ganancias millonarias para las televisoras en México, en particular Televisa<sup>63</sup>.

Las telenovelas constituyen los programas que con mayor frecuencia alcanzan *ratings* de entre 35 y 45 puntos en la televisión mexicana y por ello se convierten en las tribunas publicitarias más demandadas<sup>64</sup>.

Nuestro país es considerado el primer productor de telenovelas en el planeta seguido por Brasil, Colombia, Perú y Argentina. Este género tiene en la televisión dos grandes rasgos, por un lado su papel y aportación al desarrollo de la industria y, por el otro, su vinculación con la audiencia no sólo como un producto que condensa sus emociones, utopías y sueños, sino como un modo de encontrar y recrear la vida cotidiana. La telenovela enlaza fantasías y sueños con la realidad. Articula emociones y deseos en la construcción de la cotidianidad.

Sobre todo, posee un importante lugar en la dinámica de los modos en que las clases sociales se relacionan entre sí en los procesos de construcción social (González 1998a y 1998b).

Desde la novela rosa a la dramática, este género de ficción encuentra sus orígenes en la literatura de los siglos XVIII y XIX con Samuel Richardson y su obra *Pamela* (1740),

---

<sup>63</sup> Durante el primer trimestre de 2009, Grupo Televisa reportó un crecimiento en ventas de televisión abierta en un 4.1 por ciento, lo cual representa cuatro mil 41 millones de pesos. La participación de audiencia del grupo en horario estelar, de lunes a viernes, alcanzó el 73.8 por ciento, comparado con 72.8 por ciento reportado durante el mismo periodo del año pasado. Las producciones más exitosas del grupo de comunicaciones en televisión abierta, en donde es creador de 21 de los 25 programas más exitosos, actualmente las más exitosas son las telenovelas "Atrévete a soñar" y "Mañana es para siempre", las cuales representan el 43.8 y 44.1% respectivamente, en nivel de audiencia. En televisión de paga, en donde ocho de los veinte programas más vistos son distribuidos por Grupo Televisa, la empresa alcanzó un crecimiento en ventas del 10.8 por ciento en "Sky" y del 110.3 por ciento en Cable y telecomunicaciones. Página web revista de publicidad y mercadotecnia *Merca 2.0*, consultada en abril de 2009, disponible en: <http://www.merca20.com/?p=19932>

<sup>64</sup> En las elecciones presidenciales del 2000, la telenovela más vista en ese momento, *La fea más bella*, adaptación local de la exitosa colombiana *Bety la fea*, se convirtió en una tribuna para la campaña del candidato del PAN Felipe Calderón, pues dentro de los contenidos de la serie se vertieron mensajes propagandísticos a favor de ese candidato. En las elecciones intermedias, en 2009, el PVEM emplea en su campaña figuras de telenovela como Maite Perroni, ex RBD, y Raúl Araiza, en su propaganda político-electoral, lo que constituye un rasgo contemporáneo de la comunicación política de los partidos, basada en el *star system*.

considera por muchos como la primera novela sentimental inglesa y Juan Jacobo Rousseau y su obra *La nueva Eloísa* (1761), a quien corresponde el mérito de ser uno de los primeros escritores de melodrama para ser leído por el pueblo (Martínez Sarandona, 2004). Más tarde, con el desarrollo del melodrama y las escenificaciones teatrales de obras como *Pígalión*, de Jean Jacques Rousseau (1712-1778) y Guilbert de Pixérécourt (1773-1844), se consolida la relación entre narrativa y consumo, entre la literatura y vulgo.

La escenificación teatral logra atraer la atención de los espectadores al poseer la cualidad de propagar ideas, emociones y situaciones elementalmente humanas, sobre todo reflejar la conciencia y memoria colectiva, así como el imaginario social al conectarse directamente con el sentir del pueblo. Debe recordarse que en las escenificaciones teatrales populares en el siglo XVIII, se vertían críticas a los sistemas de poder dramatizadas mediante la exageración gestual, pues la palabra estaba prohibida, lo que acentuaba la cualidad del melodrama. En ellas, el pueblo podía ver reflejadas sus emociones vividas en dramas familiares enlazados con su condición socioeconómica y la dominación de las clases en el poder que resultaban cotidianos en una palpable y abierta crítica al sistema, este rasgo específico no se reivindicó en la producción de telenovelas ya en el siglo XX<sup>65</sup>.

En la década de los cincuentas la industria de la televisión recuperó el melodrama y el énfasis en las emociones que tenían como fuentes sentimientos como el amor, el odio, la traición, etc, con escasa referencia sociopolítica, algunas telenovelas han situado su trama en determinados contextos sociohistóricos, pero más como elemento estético visual por la vestimenta, maquillajes, peinados y caracterizaciones, que por una intención social, histórica y/o pedagógica. No obstante, ha habido producciones que a iniciativa del Estado han buscado socializar la versión oficial de la historia, sobre todo del periodo del México

---

<sup>65</sup> En México sólo las telenovelas que comenzó produciendo Argos del periodista Epigmenio Ibarra, lograron recrear un drama amoroso con un contexto sociopolítico claro y evidente que mostraba su conflictividad a lo largo de la seriación. La primer telenovela que esta productora realizó, usando como ventana al aire a Televisión Azteca en su lucha por el rating con Televisa, fue *Nada personal*. Ahí se mostraba un personaje cuya figura aludía directamente al expresidente Carlos Salinas de Gortari y los conflictos por el poder tras los reclamos de fraude electoral con que llegó al poder en 1988 y los asesinatos de Luis Donald Colosio y Francisco Ruiz Massieu como parte de la crisis del sistema político que se vivía. Esta telenovela fue un éxito y marcó un parteaguas en la historia de la televisión en México. El siguiente éxito de Televisión Azteca a partir del trabajo de Argos fue *Mirada de mujer*, donde centralmente se cuestionaban los estereotipos, roles y valores tradicionalistas de la mujer mexicana de la década de los noventas. La trama reflejó una realidad que ya se gestaba años antes, la incursión de la mujer en la vida productiva y su rompimiento gradual con los valores tradicionales en una sociedad conservadora y que constituía un cambio cultural.

posrevolucionario<sup>66</sup>. Este es un tema poco estudiado y que resulta de gran utilidad para entender un aspecto de la relación entre la televisión mexicana y el sistema político mexicano. Algunos autores sitúan como antecedente de las telenovelas a los seriales norteamericanos, las *Soap Operas*, éstas son un género anglosajón dramático de ficción cuyo principal rasgo es que sus episodios no tienen una unidad argumental, las tramas quedan abiertas para los siguientes capítulos y la historia puede irse modificando con base en el éxito en la audiencia y por la misma razón, el final no está definido.

Como parte de la expansión del mercado en los años treinta, las grandes transnacionales patrocinaban historias seriadas basadas en el drama. Las *Soap Operas* tenían un patrocinador, su nombre de hecho, deriva del patrocinio original de empresas de jabón, que dirigían sus esfuerzos publicitarios a las amas de casa, grupo social originalmente identificado con este género en el consumo. Estudios como los de González (1998a y 1998b), han probado que forma parte del entramado de relaciones familiares y su consumo se extiende por género, edades y clases sociales.

La seriación de las *Soap Operas* es heredada por el *folletín* del siglo XIX, (Vilches, 1993). Con la reproducción que posibilitó la imprenta y la alfabetización de las clases sociales, el *folletín* o novelas por entregas del romanticismo francés, la literatura de Dumas, Balzac, Víctor Hugo, Dickens, Salgari, Flaubert, Tolstoi, Dostoievsky, y otros, llegaba diariamente al pueblo. Se masificó el consumo del drama. Las historias se estructuraban con escasa complejidad psicológica, el argumento era predominantemente sensacionalista, dramático, sentimental. Se planteaban historias de amor, pero también misterio. El *folletín* se ubicaba en la parte baja de los periódicos, y en ocasiones en pequeños cuadernillos o secciones en algunas revistas.

En el siglo XX con la masificación de la tecnología y los procesos de industrialización en la producción cultural, la evolución del género continuó con el modelo narrativo de las radionovelas en la década de los treinta y cuarenta, y en la de los sesenta con fotonovelas y fotomontajes que con actores reales y un texto pequeño se desarrollaba la trama.

Las primeras *Soap Operas* en televisión se transmitieron entre 1949 y 1952 en la NBC y la CBS en Estados Unidos, y se considera a este género el antecedente directo de las

---

<sup>66</sup> Prácticamente todas han sido producidas por Televisa y su antecesor Telesistema mexicano, excepto *Zapata, Amor en rebeldía* de Argos. Se han realizado 10 telenovelas históricas en México, la mayoría producidas por Ernesto Alonso. Los títulos son *Sor Juana Inés de la Cruz* (1962), *Maximiliano y Carlota* (1965), *Los Caudillos* (1968), *La Constitución* (1970), *El Carruaje* (1972), *La Tierra* (1974), *Senda de Gloria* (1987), *El Vuelo del Águila* (1994), *La Antorcha Encendida* (1996 y, *Zapata, Amor en Rebeldía* (2004). Fuente *Revista Telemundo*, 6/01/2005.

telenovelas ampliamente producidas y consumidas en América Latina. La telenovela es un género híbrido latinoamericano y anglosajón recupera el énfasis en las relaciones humanas.

En México la primer telenovela es *Senda prohibida*, que data de 1958, fue producida por Telesistema Mexicano que más tarde sería Televisa. De ahí en adelante esta empresa ha producido alrededor de trescientos títulos y en las últimas dos décadas ha tendido a segmentar el mercado con producciones infantiles y juveniles. Esta segmentación busca, además de la racionalización de los esfuerzos mercadológicos para llegar a públicos objetivos concretos, socializar tempranamente a las nuevas audiencias.

Hay productores como Emilio Larrosa cuyos éxitos “taquilleros” han alcanzado altos niveles de audiencia como *El premio mayor*, *Dos mujeres, un camino*, entre otras, que retoman los rasgos de los seriales norteamericanos como el final indefinido, incursión y variación de la temática con base en el éxito medido a través de constante investigación de mercado y estudio de las audiencias. No obstante, una de las razones del éxito de las telenovelas latinoamericanas puede explicarse por la estrecha vinculación y necesaria expresión de las matrices culturales de la región como la moral y la diferencia de clases, que de ya implica una dimensión política, vertida en la cotidianeidad, se constituye como un espacio de expresión de la vida cotidiana y que se transforma en el elemento esencial de la apropiación de las audiencias. El melodrama se convierte en una expresión de lo popular en la cultura legítima, en un vehículo de lo popular a lo masivo como un espejo de la conciencia colectiva, la memoria narrativa y gestual, es pues la antítesis del teatro culto y la retórica del exceso, como señala Jesús Martín-Barbero (1987 y 2008).

### **2.3.2 La narrativa visual del México soñado**

En el caso de México la perspectiva sociocultural es un rasgo heredado, o compartido tal vez, con el cine mexicano, mismo que tuvo una vasta producción en el marco del proyecto posrevolucionario y nacionalista de la década de los treinta del siglo XX. En la búsqueda por integrar al país en la modernidad europea, el cine, la radio y más tarde la televisión, se convirtieron en los vehículos de integración nacional donde el Estado centralizó la vida social, comenzaron las migraciones masivas a la ciudad y los discursos se replantearon, la dicotomía campo-ciudad cobró un nuevo sentido y se generaron nuevas formas de comportamiento y expresión. Los medios de comunicación tuvieron un papel determinante en la modernización de la región.

En la primera etapa, de los 30's a los 50's desarrollaron la capacidad de ser voceros de interpelación desde el populismo, de los 50's a 80's, la ideología es vertebradora de un discurso de masa, el sueño de los pobres, la vida de los ricos (Jesús Martín-Barbero, 1987):

- El cine. Necesidad de visibilidad en la sociedad. Teatralización (legitimación gestual), degradación (humillación y fanatismo) y Modernización (Nuevas rebeliones y lenguajes). Melodrama como eje articulador
- Televisión. La imagen plena de la democratización desarrollista

El melodrama y la diferencia de clases se articularon de manera muy estrecha con la pobreza y la cotidianidad de la sociedad de esa época. El cine de Emilio Fernández, Ismael Rodríguez y otros, logró plasmar en el celuloide el drama desolador y a la vez esperanzador del pueblo mexicano.

La relación entre melodrama y televisión permite a un pueblo en masa reconocerse como actor de su historia, proporcionando lenguaje “a las formas populares de la esperanza” (Martín-Barbero, 1987). Una sociedad lacerada por siglos de pobreza, humillación, dominada por élites y relaciones de poder, desigualdad de clases y de género donde la mujer es la eterna representación del autosacrificio y articuladora de los valores más tradicionalistas sin un espacio legítimo propio; encuentra en las relaciones humanas y el amor, un catalizador de conflictos y esperanzas; esos elementos se erigieron como las bases para construir un espacio de reproducción de la realidad mediante la ficción.

Como González (1998) plantea que para la producción de telenovelas hay que conocer los mecanismos y operaciones por los cuales se traducen estas ideologías, éstas tienen mucha eficacia social porque representan situaciones elementalmente humanas.

El rasgo de la ficción posee quizá, el mayor valor analítico, pues a través de un drama vivido falsamente la audiencia encuentra una dimensión utópica mediante la cual, la resolución de conflictos es posible, se catalizan los sueños y esperanzas en contraste con una cruda realidad, a la vez que, en conjunto con un entorno donde el ciudadano no tiene injerencia en la toma de decisiones en el ámbito político, y los valores democráticos no se han socializado en la clase política y ni en el ciudadano; se construye una concepción limitada sobre la participación política e injerencia en las relaciones de poder.

La producción tanto del cine mexicano como de las telenovelas tiene una base económica supeditada a muchos y muy distintos intereses, sobre todo de tipo económico y político, por tanto ideológico. La intencionalidad con la que los productos culturales han sido construidos puede tener diversos objetivos y motivaciones, su contenido ideológico implícito es un hecho. Todo producto cultural conlleva significaciones y por ende una ideología, pero la presencia de la temática enlazada a las matrices culturales y la recreación de la cotidianeidad aunada a la experiencia colectiva del consumo y recepción de estos productos culturales, explica su eficacia social y éxito comercial. Televisa, y más tarde Televisión Azteca, han encontrado fórmulas en las que sus productos culturales sirven como vehículos de expresión de las clases bajas en sus recreaciones cotidianas y expresiones socioculturales, medidas y evaluadas una y otra vez con investigación de mercado en el modelo industrial, haciendo las adecuaciones que el desarrollo de la sociedad obliga.

En otra dimensión de análisis, en conjunto con el resto de la programación de la televisión comercial en México, las telenovelas forman parte de políticas de comunicación centradas en el entretenimiento, pues tan sólo de este género se transmiten alrededor de 62.5 horas a la semana, lo que constituye 3,250 horas de telenovela al año, sólo a través de Televisa y Televisión Azteca, las principales productoras del género en México. El detalle de este estudio se presenta en el capítulo cuatro. El paso a ello implica el análisis de la importancia de las condiciones materiales de existencia como parte del como se experimenta la vida social y ello participa en el proceso de construcción de sentido de multiplicidad de discursos disidentes en la sociedad, como la constitución de una *mediación*, un lugar desde donde ver los discursos del poder.

#### **2.4 LA POBREZA COMO FUENTE DE *MEDIACIÓN* DE REFERENCIA EN LA TELEVIDENCIA**

Esta sección busca fundamentalmente entender la importancia de las condiciones materiales de existencia como especificidades contextuales que contribuyen a definir el modo de ver y de relacionarse con los contenidos mediáticos al tiempo que define el modo de entender las estructuras de poder en su comunicación mediada y directa a través de la resolución de problemas prácticos.

Para ello es necesario hacer énfasis en la relación entre la pobreza y la clase social, asumiendo que la primera es una condición de vida marcada por carencias, inequidad en los recursos y



exclusión; en tanto que la segunda es parte de la diferencia de grupos sociales que comparten características comunes de acuerdo a las relaciones socioeconómicas en la sociedad, de acuerdo con el marxismo las clases sociales están en conflicto permanente (Marx, 1976) en tanto existe un acceso desigual a los medios de producción, son grupos antagónicos que históricamente han estado en conflicto. Históricamente la clase social “baja” al tener una distancia mayor con los medios de producción y menores posibilidades de acumular capital, ha vivido en condiciones de pobreza, mismas que le limitan a la vez la movilidad social.

El materialismo histórico ha definido que en la producción social de su vida los hombres establecen determinadas relaciones necesarias e independientes de su voluntad, relaciones de producción que corresponden a una fase determinada de desarrollo de sus fuerzas productivas materiales. El conjunto de estas relaciones de producción forma la estructura económica de la sociedad, la base real sobre la que se levanta la superestructura jurídica y política y a la que corresponden determinadas formas de conciencia social (Marx, 1859).

Si bien Marx adoptó una perspectiva determinista de la materialidad en la conciencia al decir que el modo de producción de la vida material condiciona el proceso de la vida social, política y espiritual en general y puntualizar que no es la conciencia del hombre la que determina su ser, sino, por el contrario, su ser social el que determina su conciencia (En Lenin, 1915), otros autores han matizado con el tiempo esta óptica determinista (Thompson, 1963, Murdock y Golding, 1986; (Golding y Murdock, 1990), para señalar que la clase social es una combinación entre la experiencia social y la conciencia, E.P. Thompson (1963: XIII) ha dicho que la clase cobra existencia cuando algunos hombres, de resultas de sus experiencias comunes (heredadas o compartidas), sienten y articulan la identidad de sus intereses a la vez comunes a ellos mismos y frente a otros hombres cuyos intereses son distintos (y habitualmente opuestos a) los suyos. La experiencia de clase está ampliamente determinada por las relaciones de producción en las que los hombres nacen, o en las que entran de manera involuntaria. La conciencia de clase es la forma en que se expresan estas experiencias en términos culturales: encarnadas en tradiciones, sistemas de valores, ideas y formas institucionales.

Con ese panorama es que articulamos la relación entre pobreza y clase social, un vínculo trazado históricamente que conlleva a modos particulares de relacionarse con los procesos de comunicación de masas, los que se generan desde el Estado y los que los propios medios de comunicación como parte de una élite con poder económico y simbólico, construyen.

#### **2.4.1 Perspectivas sobre la pobreza**

Se ha señalado antes la importancia de mirar los procesos comunicativos como prácticas culturales asociadas a otros múltiples procesos sociohistóricos. Martín-Barbero (1987) ha propuesto mirar la comunicación desde la cultura, de ahí que el concepto de *mediación* resulte tan fértil al tratar de entender la vinculación a una estructura social y económica con prácticas aparentemente sólo situacionales como podría considerarse el hecho de ver televisión.

En ese sentido rescatar el concepto de *mediación* para entender la condición de clase resulta muy útil. Partiendo de ver a las *mediaciones* como aquellos lugares desde donde es posible comprender la interacción entre el espacio de producción y de la recepción, es factible ver que aquello que se produce en la televisión no responde únicamente a requerimientos del sistema industrial y a estrategias comerciales sino también a exigencias que vienen de la trama cultural y de los modos de ver (Martín-Barbero, 1992: 20). Los contenidos mediáticos si bien responden a una directiva de mercado, sus formas deben adaptarse a las propias matrices culturales de la audiencia a fin de enlazarse y establecer un lenguaje y situaciones familiares que logren un vínculo. En el caso particular de la clase baja, define características particulares en el modo de ver y consumir culturalmente, así como de entender y relacionarse con las acciones desde el poder.

Guillermo Orozco consideró estas nociones para construir el modelo de *mediaciones múltiples* que en relación a la *televidencia* define como “instancias estructurantes de la interacción de los miembros de la audiencia, que configuran particularmente la negociación que realizan con los mensajes e influyen en los resultados del proceso” (1996: 74). No obstante, la elucidación a la condición de clase no es muy profunda y aquí es clave para entender desde donde las familias miran la televisión y desde donde mezclan sus vivencias cotidianas con la concepción sobre lo político.

Con el riesgo de privilegiar esta condición y dadas las características de esta investigación, se hace necesario abordar con mayor detalle tal hecho, ateniéndonos a la consideración teórico-empírica de Bourdieu (2002) sobre la importancia del lugar social de los agentes, este autor ha señalado que las diferencias sociales se objetivan en tipos de bienes, casas, vestidos, modos de hablar de relacionarse, y se subjetivizan, en modos de ver, de pensar propios de la posición social del agente. Bajo esa lógica el espacio social se convierte así en espacio social simbólico, constituido por grupos de "status" con diferentes estilos de vida.

Bourdieu (2002) considera que esta estructuración objetiva no privilegia el factor económico aunque reconoce su fuerza, ya que según este autor, las clases sociales dibujadas en el papel, construidas por el investigador, en contacto siempre con los datos, no se construyen por la consideración de un sólo factor ni una suma de factores, sino por la estructura de todas las relaciones entre todas las propiedades pertinentes que confieren a cada una de ellas su valor propio.

Para este autor el mundo social está estructurado objetivamente, pero la posición que se ocupa en este espacio somete a los agentes a un condicionamiento semejante y por ello es probable que se adquieran disposiciones tales como formas de pensar, de percibir, de ver, de dividir y de evaluar, necesidades, capacidades, etc., que sean semejantes, es la idea por la construye su concepto de *habitus*, ya antes descrito, éste determina una fuerte probabilidad de producir prácticas semejantes. Según Bourdieu las estructuras objetivas son incorporadas por un trabajo de inculcación, que es instituyente, como estructuras subjetivas, como criterios clasificatorios, modos de ver, percibir y decir que lo dejan dispuesto al agente para producir prácticas igualmente enclasables. Por ello el *habitus* permite construir el *mundo social representado*, y así aporta las bases para la comprensión del *sentido común*.

Por tanto, es útil la perspectiva de Bourdieu en la que parte del análisis de cómo se articulan lo económico y lo simbólico en los procesos de reproducción, diferenciación y construcción del poder. Bourdieu retoma dos ideas centrales del marxismo: que la sociedad está estructurada en clases sociales y que las relaciones entre las clases son relaciones de lucha. (Bourdieu, 1984).

El concepto de *habitus* ha mostrado una gran dificultad para ser operacionalizado empíricamente (Reguillo, 2005) por lo que es posible entender las aproximaciones a la pobreza como la operacionalización conceptual de una condición en el mundo social en que la estructura económica define la posición de clase y el lugar social desde donde se actúa.

De acuerdo con Ziccardi (2004) se debe a Marx y Engels el estudio de los orígenes de la pobreza, en ese sentido la vinculación de ella con la clase social.

“Debe reconocerse que fueron Marx y Engels quienes en el siglo XIX habían explicado cuáles eran las principales causas de la pobreza y de las pésimas condiciones de vida que soportaban los trabajadores ingleses en los albores del capitalismo. Ellos hallaron la clave en los procesos de generación de plusvalía apropiada por la burguesía durante el proceso de producción de mercancías, encontrando la principal explicación en la determinación del precio de la fuerza de trabajo, el cual se hallaba por debajo de su valor pero garantizaba, al trabajador y a su familia, a través del salario el nivel de la sobrevivencia física. Estas

explicaciones, fueron el núcleo conceptual a partir del cual se desarrolló en América Latina en los años sesenta la noción de marginalidad<sup>67</sup>.

Su estudio es muy complejo y amplio, sobre todo en regiones como la de América Latina y África, de hecho existe un profundo debate en torno a los mecanismos de identificación de los pobres, desde los clásicos basados sólo en la variable del ingreso, hasta las multidimensionales que consideran consecuencias muy concretas como la exclusión<sup>67</sup>. La discusión es abundante dado que esos mecanismos de identificación son la base para el establecimiento de políticas sociales de gobiernos y organismos internacionales, así como calificaciones y clasificaciones en el ranking mundial de índice de desarrollo humano y económico.

De tal modo que las aproximaciones a tal empresa son muy amplias, por lo que en esta sección no pretendemos hacer un acercamiento exhaustivo, pues rebasa los límites de nuestra investigación, así que a partir de algunas definiciones trataremos de conceptualizar teóricamente tal noción. Esta ruta teórico-metodológica posibilita definir una circunstancia

---

<sup>67</sup> El 10 de diciembre de 2009 el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), organismo desconcentrado de la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), presentó las últimas cifras sobre pobreza en México basadas en una nueva metodología multidimensional, esta medición considera el bienestar (ingreso), la cohesión social y la carencia de derechos sociales –educación, acceso a servicios de salud y a la seguridad social, calidad, espacios de vivienda y servicios básicos en el hogar y alimentación. El informe indicó que “Hasta 2008, sólo 18 por ciento de los mexicanos –19.5 millones– poseían los ingresos suficientes para vivir y tenían cubiertos todos los satisfactores. Del resto de la población, 37.5 por ciento es vulnerable por carencias sociales y por ingreso, es decir, en cualquier momento pueden caer en pobreza, además de que 43.5 por ciento ya vive en esa condición. Con base en información del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) correspondiente a 2006-2008, el Coneval encontró que 77.2 por ciento de los mexicanos presenta al menos una carencia social y 30.7 por ciento tiene tres. Además, 16.5 por ciento está por debajo de la línea de bienestar mínima y 48 por ciento –una de cada dos personas– tiene un ingreso inferior a la línea de bienestar. Según esta metodología, una persona está en pobreza cuando sus ingresos son insuficientes para adquirir los bienes y servicios que requiere para satisfacer sus necesidades y presenta la carencia de al menos uno de los seis indicadores. En cuanto a la población en pobreza multidimensional moderada, los resultados indican que 33 por ciento de la población está en ese nivel, es decir, 36 millones de mexicanos que tienen entre una y tres carencias sociales, además de que cuentan con menos de los ingresos ubicados dentro de la línea de bienestar, que son de mil 262 pesos mensuales en el campo y de mil 921 en la ciudad. Asimismo, hay 10.5 por ciento de mexicanos –11.2 millones– en pobreza multidimensional extrema, es decir, con más de tres carencias y con ingresos menores a la línea de bienestar mínimo, que es de 613 pesos mensuales en las zonas rurales y 834 en las urbanas. El 4.5 por ciento –4.8 millones– de la población es vulnerable por ingreso y 33 por ciento –35 millones– por carencia social. Se dijo que con este método se encontró que a escala nacional y por estado, la seguridad social y los servicios de salud son los principales derechos de los que carece la población, los que más contribuyen a la pobreza. Casi 69 millones no tienen acceso a la seguridad social y 43 millones a los servicios de salud: si hubiera una cobertura universal en dichos rubros las cifras de pobreza extrema bajarían a 3.8 por ciento y la de moderada a 28.1”. *La Jornada*, 11 de diciembre del 2009, p. 8.

social, histórica con amplia relación a lo simbólico, a los modos de reproducción social en los que la cultura está inserta y la comunicación juega un papel simbólico crucial.

Boltvinik indica como ineluctable que existan criterios que contribuyan de manera universal a la salud física y a la autonomía de los individuos, por lo que propone las siguientes características que deben poseer los satisfactores, ya que:

[se] asocian las necesidades a la prevención del grave daño que se presentaría si no se satisfacen, esté o no consciente de ello el individuo [...] 1) Comida nutritiva y agua limpia, 2) vivienda protectora, 3) medio de trabajo no dañino, 4) medioambiente no perjudicial, 5) adecuada atención a la salud, 6) seguridad en la niñez, 7) relaciones primarias significativas, 8) seguridad física, 9) seguridad económica, 10) educación apropiada, 11) control natal y partos seguros (Boltvinik, 2003: 411).

Dieterlen por su parte, considera que 'Pobres son aquellas personas, familias y grupos de personas cuyos recursos (materiales, culturales y sociales) son tan limitados que los obligan a estar excluidos de una forma de vida mínima aceptable en los Estados en que viven' (2003: 27).

Ante la magnitud del problema el Banco Mundial (2004: 1) indica:

La falta de ingresos es sólo una medida del bienestar de los grupos en desventaja. La pobreza tiene muchas dimensiones: condiciones educativas y de salud inadecuadas, falta de acceso a los servicios básicos, vulnerabilidad, baja autoestima y exclusión social [...], entre los factores estructurales se encuentran patrones de propiedad de activos, geografía e influencias institucionales formales e informales que proceden de fuentes políticas, sociales y culturales. Entre las influencias externas de corto plazo están los efectos del contexto económico internacional sobre economía, los patrones de precios y las oportunidades de empleo, así como las afectaciones relacionadas con el clima.

En esa línea, se considera que los pobres extremos son las personas que no tienen un nivel de nutrición suficiente, lo cual incide en un desempeño físico y mental deficiente que no les permite participar en el mercado de trabajo ni en actividades intelectuales, como la educación. Además, la condición de pobreza extrema prácticamente impide cualquier movilidad social; los pobres extremos nacen y mueren por lo general en la misma situación. Por otra parte, los pobres moderados son los que, debido al grado de desarrollo de un país en un momento dado, no cubren lo que se considera como necesidades básicas. Se diferencian de los pobres extremos en que sí tienen la capacidad, pero no las oportunidades

de participar en actividades económicas e intelectuales [...] Los habitantes en extrema pobreza requieren medidas inmediatas para salir de la marginación y para reducir su debilidad y su vulnerabilidad al medio (Vélez, 1994: 9).

La pobreza relativa se define en relación con otras situaciones y contextos sociales con los cuales es confrontada y diferenciada, como también lo son sus grados y heterogeneidad, y el análisis remite a privaciones mayores o menores, derivadas de la comparación. En tanto, la pobreza absoluta alude a estados de carencia en los que se pasan por alto necesidades que todos, por compartir la calidad de seres humanos, tienen el derecho de satisfacer, razón por la cual no pueden ser relativizadas (Mendoza: 2001).

De esta manera, según Ziccardi (en Lozada, 2002: 56-58), las desventajas deben involucrar tres dimensiones: privación, exclusión y, desigualdad económica, social y espacial:

a) Privación. Asociada a las condiciones de empleo que colocan a los trabajadores y a sus familias en una situación de precariedad. Medida a través del ingreso global en relación con lo necesario para acceder a un conjunto de bienes básicos. (2007: 9-22)

b) Exclusión. Se refiere a las dificultades de acceder a los bienes básicos (alimentación, salud y educación), lo cual coloca al trabajador y a su familia en una situación de exclusión social directa, como un conjunto de mecanismos que son considerados factores de riesgo social que agravan la situación de pobreza o impiden su superación, tales como:

Discriminación étnica y de género, los obstáculos para acceder al crédito, a la justicia, vivienda y servicios básicos, a las instancias de decisión gubernamental y política.

c) Desigualdad económica, social y espacial. Existentes entre el campo y la ciudad, entre regiones ricas y regiones pobres, en las condiciones en las que viven algunos sectores de la población y la constante miseria de las mayorías; desigualdad en el empleo y en los bienes y servicios, producto de las condiciones desventajosas en las que se integran los indígenas, las mujeres, los jóvenes que no acceden a niveles adecuados de educación y capacitación.

### **Clasificación socioeconómica**

Una forma de clasificación muy usual en investigaciones para grupos sociales, es la empleada a partir de bases mercadológicas contenidas en la clasificación cuantitativa de Niveles Socioeconómicos (NSE). Esta tipificación resulta muy limitada al tratar de captar otras dimensiones tanto en las condiciones materiales de existencia como en las que llevan a la proyección y dimensión meramente social, como las que menciona Ziccardi (privación,

exclusión y, desigualdad económica, social y espacial) y simbólica, no obstante, en términos operativos esta clasificación ayuda a observar variables concretas que lleven a una clasificación clara.

En México las definiciones más estandarizadas las realiza la AMAI, Asociación Mexicana de Agencias de Investigación, tomando como base diez variables como (1) escolaridad del jefe del hogar, (2) número de habitaciones, (3) número de baños completos, (4) número de focos, (5) número de autos, (6) número de televisiones a color (7) número de computadoras (8) posesión de regadera, (9) posesión de estufa, y (10) tipo de piso.

A partir de medir directamente esas variables en los estudios de mercado, la distribución actual de la población mexicana en la Ciudad de México, es la siguiente: A/B 6.1%, C+ 12.2%, C 16.4%, D+ 38.2% y D/E 27.1% (AMAI, 2008)<sup>68</sup>.

Ello nos da pie a profundizar en otra *mediación* clave en la ruta metodológica para definir la relación entre contenidos mediáticos y significación de lo político a través de la experiencia social, la vida en la periferia de la ciudad.

## **2.5 VIVIR EN CIUDAD, UNA *MEDIACIÓN* TERRITORIAL EN LA TELEVIDENCIA**

El trabajo que se desarrolla en este apartado busca establecer la importancia de la definición del contexto geográfico como un elemento clave en la interacción entre la producción y la recepción de la comunicación; se busca establecer la relación entre la comunicación como práctica cotidiana en la vida en ciudad, (llegando a la particularidad de la Ciudad de México) y como ello genera exclusiones que se amplían de lo cultural a lo político, pues la precariedad en la participación de ambos campos condiciona la recepción. A la vez la recepción se ve condicionada por la vida en la periferia de la ciudad que en contacto con distintos partidos políticos impactan en la cultura política de los pobladores.

La premisa de la cual se parte es que el espacio es una pieza del contexto que define los modos de relacionarse con los contenidos simbólicos de los medios de comunicación, en particular la televisión, para nosotros la *mediación de ciudad* constituye una articulación entre la experiencia de situar la vida en determinado espacio con una problemática real en términos

---

<sup>68</sup> Distribución de Niveles Socioeconómicos 2008, Heriberto López Romo, Comité Niveles Socioeconómicos AMAI, Instituto de Investigaciones Sociales SC. Recuperado en julio de 2009, disponible en <http://www.amai.org/NSE/NSEDistribucion.pdf>

de carencias, recursos, servicios públicos, el ansia de la vivienda, la exclusión de la oferta cultural, de equipamiento urbano, de una relación con el Estado condicionada a beneficios mutuos, y ello impacta sin duda en la forma en como se entienden los discursos del Estado, de la cultura política.

El trabajo de Guillermo de la Peña (1990) ha sido clave para entender como se han dado distintos procesos de comprensión de lo político, de cultura política en la vida en ciudad; que la condición urbana, sobre todo la definida por las olas migratorias, ha adquirido sus rasgos específicos en el ámbito de la cultura política.

De la Peña ha penetrado en la manera en que se ha dado lo que él llama la “cultura popular urbana”, la inserción económica, social y cultural de los “nuevos habitantes” provenientes de las olas migratorias de mediados de siglo XX en las urbes mexicanas. Ha establecido que los grupos urbanos se habían integrado a actividades políticas con demandas específicas a partir del activismo de diversas agrupaciones, algunas de ellas religiosas, a fin de conformar barrios, colonias y asentamientos irregulares en las urbes, con una escasa participación y regulación de las autoridades locales.

Se rescata aquí para establecer la importancia del espacio geográfico, de su historia y procesos en la conformación de la cultura política, sin embargo en esta sección se busca agregar a este punto el elemento comunicacional, y discutir la relación entre la vida urbana como una *mediación* en el proceso de recepción a la vez que define el tipo de cultura política y como a su vez la vida urbana es articulada por un sistema mediático.

La ciudad ha sido parte de las transformaciones mundiales producto de la evolución del capitalismo y de su propia historia y modificaciones derivadas de procesos de cambio social donde los medios de comunicación se insertan en la vida cotidiana y son actores políticos clave, sobre todo en los últimos años, pero también partícipes de los procesos de acumulación de capital y concentración económica, en especial los medios electrónicos.

En ese sentido seguimos la propuesta de Reguillo (2005) cuando señala que busca mirar los cambios y las transformaciones en ese objeto opaco y polimorfo, apasionante y complejo: la ciudad, con el objetivo de contribuir al entendimiento de las relaciones entre la práctica social de la investigación, las prácticas cotidianas de los sujetos y los saberes de la comunicación.

A lo largo del apartado veremos como la ciudad se ha convertido en objeto de estudio de distintas disciplinas pero más recientemente de aproximaciones multidisciplinares dadas las



transformaciones que viven las ciudades en el proceso de globalización por el que atraviesa la humanidad y ello le confiere características específicas que son parte de la experiencia social. Los grandes cambios producto de la internacionalización de los procesos de manufactura y distribución han arrojado nuevos desafíos para las Ciencias Sociales, pero sobre por la diversidad cultural<sup>69</sup>, las expresiones culturales, la fragmentación, los espacios, la densidad poblacional, la necesidad de interconectarse, los nuevos modos de convivencia, y la comunicación.

La globalización es una categoría analítica obligada en el estudio de las ciudades, no obstante derivado de la propia pesquisa aquí se sostendrá que para tal fin es necesario explorar las dinámicas locales de interrelación, sobre todo en lo político. Esa ruta crítica nos permite entender que la dicotomía global-local cobra sentido en términos de procesos de construcción de sentido simbólico en relación a la política.

Pasamos entonces por la aproximación desde distintas disciplinas; el surgimiento de conceptos teóricos necesarios para asir los cambios sociales originados en la vida social, como cultura urbana; el estudio de la Ciudad de México y su peculiaridad no sólo como una de las zonas con el mayor número de habitantes en el mundo<sup>70</sup>, el entrecruzamiento de la comunicación con las prácticas diarias y el modo en que se articula la sociedad. Incluso analizar la predominancia de la comunicación en las nuevas redefiniciones de las ciudades globales como sinónimos de las llamadas ciudades *comunicacionales* o *informativas*.

---

<sup>69</sup> Entendida como la inmensa variedad de los modos en que los hombres y mujeres tratan de vivir su vida, (Geertz, 1996)

<sup>70</sup> En el año 2000 la zona metropolitana de la ciudad de México, considerando los municipios conurbados del Estado de México, con 18.1 millones de habitantes era la segunda más poblada de mundo, solo después de la conurbación de Tokio-Yokohama en Japón donde viven 27.7 millones de personas. En las metrópolis de Bombay en la India y Sao Paulo en Brasil viven alrededor de 17.5 millones de habitantes.

De acuerdo con el INEGI a finales del siglo XX, México es un país predominantemente urbano, ya que 61% de la población nacional reside en 309 ciudades. El patrón de urbanización en el país se ha caracterizado por el crecimiento de unas cuantas ciudades, principalmente de las tres zonas metropolitanas: Valle de México, Guadalajara y Monterrey. En el primer lustro del siglo XXI, la población urbana representa 63% de los 103.3 millones de habitantes del país, residiendo en 550 localidades de más de 15 mil habitantes; de las cuales, 525 forman parte de alguna zona metropolitana; mientras que el sistema urbano nacional está conformado por 343 ciudades, 56 de las cuales son zonas metropolitanas, es decir ciudades en las que sus núcleos urbanos o centros históricos han rebasado sus fronteras municipales y se han expandido a uno o más municipios de la misma entidad o de otras entidades federativas. En 2005, las 56 zonas metropolitanas del sistema urbano nacional concentran 57.9 millones de habitantes, representando 56% de los 103.3 millones de personas registradas en el II Conteo de Población y Vivienda. Entre 2000 y 2005 la población metropolitana creció a un ritmo mayor que la población nacional, 1.5% en promedio anual contra 1.0%, en el año respectivo; mientras que la población del resto del país se incrementó en 0.5% a promedio anual. Página electrónica del INEGI. "Estadísticas a propósito del día mundial del hábitat. Datos Nacionales". Consulta octubre 2008: Disponible en:

[www.inegi.gob.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/contenidos/estadisticas/2008/habitat08.doc](http://www.inegi.gob.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/contenidos/estadisticas/2008/habitat08.doc)

Para así observar como el desarrollo de las ciudades actuales, en particular la de México vive no sólo a la comunicación como instrumento de la globalización, también como las transformaciones derivadas de ello nos llevan al estudio de la cultura política. La ruta analítica se apoya en una perspectiva multidisciplinaria pero haciendo un énfasis en las aportaciones de la antropología al estudio de la cultura y sus expresiones para establecer la relación con la comunicación.

Cabe señalar que este trabajo no pretende constituirse como un análisis exhaustivo sobre el tema, pues la bibliografía existente es más que vasta, sólo se pretenden explorar rasgos sobresalientes de éste, que constituye un pilar, como eje analítico de nuestra propuesta teórico metodológica dado que permite definir la importancia del contexto geográfico y como ello puede constituirse en una mediación en el proceso. Esta aproximación se hace necesaria para captar los vínculos entre los propios procesos históricos de una sociedad a partir de sus distintas expresiones, y el contexto internacional visto desde el sistema económico o modo de producción en sus respectivas fases de desarrollo.

### **2.5.1 La ciudad como objeto de estudio, sus definiciones y acercamientos**

Los procesos de urbanización han cobrado gran importancia desde la Revolución Industrial. En la actualidad poco más de la mitad de los habitantes del planeta vive en ciudades y en América Latina más del 70%.

Si hace algunos siglos el modo de producción estaba ligado al desarrollo de la industria, en la actualidad lo está al del comercio y los servicios. En esa lógica las definiciones sobre la ciudad han cambiado también. A principios del siglo XIX las grandes ciudades eran Nueva York, París y Londres; hoy debe agregarse a la lista alrededor de diez nombres más a partir de su densidad poblacional, su aporte al PIB nacional, su centralidad política, su capacidad de interconexión con el mundo, y de muchos otros indicadores que buscan consensuar sobre las nociones de ciudades globales, debate aun sin terminar<sup>71</sup>. Pero sobre todo porque las metrópolis están jugando un papel determinante al insertar a cada país en la economía mundial sobre todo por la concentración de tecnologías de la información que lo posibilitan.

---

<sup>71</sup> Dentro de una de las definiciones más vigentes Peter Hall (1966) consideró las características de las ciudades mundiales a partir de aspectos como poder e influencia en política, comercio, comunicaciones, finanzas, educación, cultura y tecnología.

Uno de los ejes analíticos más actuales es el que contempla como rasgo central de las ciudades a la comunicación (Martín-Barbero 2004, García Canclini 2004, 2005, Borja y Castells, 1997; Castells 1996).

En esta sección se trata de explorar de inicio, la falta de consenso sobre la definición de las ciudades y paralelamente su importancia como objeto de estudio a partir de la industrialización y el fordismo. De igual modo, se parte de la premisa que la llegada a los procesos de globalización ha dejado como saldo una modernidad asimétrica o selectiva que se observa con mayor claridad en las enormes disparidades de las grandes metrópolis.

Puede verse a las ciudades como un calco de las desigualdades y asimetrías de los países, en lo que se ha denominado las “ciudades divididas”, esto es muy notable en países en desarrollo y el caso de México es emblemático. En el poniente de la ciudad existen zonas como Santa Fé, que en el sexenio de Carlos Salinas de Gortari se concibió dentro un proyecto de rescate y mejora para convertirla en una zona cosmopolita, tuvo un auge espectacular y se dotó a la zona de todos los servicios, convirtiéndose en el foco receptor de los grandes corporativos del país. Lo que era un tiradero de basura se convirtió en una zona comercial (Centro Santa Fé) con una inversión inicial de 300 millones de dólares (Cornejo Portugal y Bellón, 2001). En contraste, la delegación Iztapalapa encabeza la lista en el indicador de pobres/la intensidad de la pobreza de los habitantes de la Ciudad de México con 25.5 por ciento de todos los pobres equivalentes del Distrito Federal y le siguen Gustavo A. Madero con 14.6 por ciento de todos los pobres de la ciudad<sup>72</sup>. En este tenor, también debe comentarse la situación de algunas ciudades latinoamericanas en donde la modernización, el cambio y equipamiento producido por la urbanización, no alcanzó a muchos sectores.

El estudio de la ciudad ha estado envuelto en un sin fin de acercamientos científicos, desde la sociología urbana que buscaba analizar los desplazamientos y expresiones sociales en las grandes urbes, sobre todo a partir de los trabajos de la Escuela de Chicago y sus investigaciones al comportamiento poco funcional de las minorías negras; la arquitectura en su intención de distribuir el espacio y territorio de acuerdo a los deseos, primero de los gobernantes y su afán de trascender a partir de grandes obras, y luego en la búsqueda de las condiciones de urbanidad democrática; la ciencia política en su interés por analizar las expresiones de la democracia en las antiguas ciudades griegas y las plazas públicas; la

---

<sup>72</sup> *La Jornada*, 25/I/ 2007.

economía para vislumbrar los procesos en los modos de producción y su impacto en la estructura de grandes ciudades como producto de la industrialización y el flujo de datos a través de grandes redes de interconexión sobre todo urbana con capacidad para enlazarse al resto del mundo; y más recientemente la antropología y la comunicación.

La antropología a partir de la idea de comprender el significado de vivir en la ciudad con todas las implicaciones, descripciones y simbolizaciones. La comunicación, en ocasiones desde un afán mediocéntrico, para explicar distintas expresiones sociales y con mayor énfasis en las prácticas comunicativas y su correspondencia con otros aspectos de la vida social y política.

### *Las definiciones*

Los acercamientos clásicos sobre la ciudad se han enfrentado siempre a una gran dificultad, sobre todo por la enorme variedad histórica de ciudades como las industriales y administrativas, capitales políticas, puertos, turísticas, no obstante la función única no basta para lograr una clasificación adecuada, (García Canclini, 2005); la coincidencia de varias funciones puede definir más claramente en la actualidad a las ciudades.

Ello es más evidente si se toma en cuenta la funcionalidad derivada del desarrollo de la industria a partir del siglo XVII y, la concentración y especialización de algunas áreas geográficas en la manufactura de ciertos productos. El desarrollo conceptual de la ciudad ha resultado desde distintas ópticas poco operacionables y precisas, dada la multiplicidad de contextos<sup>73</sup>.

García Canclini (2005) da cuenta de las distintas perspectivas de las definiciones clásicas de la ciudad. En primera instancia como oposición de lo rural, a partir de Gino Germani, quien describe como la ciudad era vista como el núcleo de la modernidad, donde era posible desprenderse de las relaciones de pertenencia obligada, primarias de los contactos intensos de tipo familiar y barrial propios de los pequeños pueblos, y al pasar al anonimato de las relaciones electivas y la diversificación de roles. Germani también percibía que la ciudad

---

<sup>73</sup> En 1950 sólo Nueva York y Londres eran consideradas grandes ciudades/megalópolis particularmente por su número de habitantes que era superior a los ocho millones. Para la década de los setentas la lista ya incluía a once ciudades. En ese contexto surge el concepto de marginalidad en la Escuela de Chicago y que consideraba no solo a las zonas de pobreza extrema sino a los comportamientos antisociales, conflictivos o delictivos de sus habitantes. En la actualidad se ha creado un concepto nuevo, megaciudades, que de igual modo solo a partir de parámetro poblacional clasifica a urbes con más de 20 millones de habitantes.

dejaba de cumplir su principal papel de ser un mecanismo de integración social (Ziccardi, 2004).

El problema de este enfoque, según García Canclini, era que sólo hacía una diferenciación descriptiva. En esa crítica Rossana Reguillo ha señalado que “El análisis de la ciudad no se agota, no debiera agotarse en el estudio del espacio, ni en cifras y estadísticas, ni en las decisiones o discursos institucionales, pero tampoco de manera aislada en las acciones ciudadanas. La ciudad en toda su opacidad y complejidad es estructurada por los actores sociales, al tiempo que éstos, como actores históricamente situados, son estructurados por ella. Doble movimiento que permite acercarnos a la ciudad como construcción específica donde lo simbólico juega un papel fundamental” (2005:22).

El enfoque de oposición rural-urbano no alcanza tampoco a captar expresiones propias de la migración del campo a la ciudad como parte de procesos complejos de desplazamiento en conjunto con la práctica de estrategias de supervivencia, no sólo de la vida sino de las tradiciones y costumbres, así como la configuración de espacios, comportamientos, acciones y prácticas como “estrategias para entrar y salir de la modernidad”, (García Canclini, 1989).

El segundo enfoque del que se da cuenta es el que se basa en criterios geográfico-espaciales. Esta visión veía a la ciudad como la localización permanente relativamente amplia y densa de individuos socialmente heterogéneos. Esta tradición tiene un largo recorrido desde la Escuela de Chicago a principios del siglo XX.

Castells (1972) ha dicho que distintos procesos históricos y sociales característicos de la sociedad industrial capitalista engendraron las estructuras urbanas basadas en la dimensión, la densidad y la heterogeneidad, y esa perspectiva que no se detiene en ello.

La tercera orientación, siguiendo a García Canclini, es netamente económica, aquella en la que se entiende a las ciudades como resultado del desarrollo industrial y la concentración capitalista pero deja fuera los aspectos culturales.

Esta crítica viene desde la antropología, de manera concreta García Canclini señala que “este enfoque deja fuera los aspectos culturales como la experiencia cotidiana al hablar y las representaciones que los habitantes nos hacemos de las ciudades. Al achicarse el lugar de las industrias y crecer los servicios, entre ellos los culturales, turísticos y otros de sentido simbólico, vamos viendo otra manera de la vida urbana”. (2005:18)

Eduardo Nívón Bolán concluía que las investigaciones mexicanas y de otros países llevaban a extender el horizonte del análisis urbano ubicando “los comportamientos colectivos de los

diversos segmentos sociales (...) en la sociedad de masas”. Las viejas distinciones entre rural y urbano, tradicional y moderno, aunque pueden conservar cierto sentido y utilidad, pierden la polaridad que las oponía para verse como movimientos complementarios. (Nivón en García Canclini, 2005: 176)

*La apropiación simbólica como constructo de identidad*

El acercarse a la ciudad como objeto de estudio implica considerar la enorme complejidad y diversidad de las sociedades urbanas, sin ignorar los datos duros. La propuesta es acercarse a los modos de organización de la diversidad, es decir, mirar a la ciudad a través del conjunto de normas, valores, representaciones y formas de organización que instauran “lo propio y lo ajeno, lo permitido y lo prohibido, las coordenadas espacio-temporales que orientan lo privado y lo público, lo laboral y lo lúdico, el tiempo cotidiano y el tiempo de excepción. Como elementos que conforman una estructura de significación socialmente establecida y que adquieren una forma específica en la ciudad: la cultura urbana” (Reguillo, 2005:75).

La compleja estructuración y los modos de organización de la vida que implica la ciudad trae aparejado un sistema de percepciones y simbolismos que derivan en una particular forma de ver y de imaginar el mundo desde un lugar concreto, ello ha dado origen a un concepto muy utilizado sobre todo por los antropólogos para explicar este fenómeno, la cultura urbana:

“Se entiende el conjunto de esquemas de percepción, valoración y acción de actores históricamente situados en un contexto específico, sujeto a un marco de regulación y ordenamiento. Bajo esta perspectiva la cultura urbana se constituye en la mediación entre las condiciones objetivas del entorno y la subjetividad de los actores en un proceso co-constitutivo...Se supera así la conceptualización de la ciudad como mero horizonte espacial o como imperativo territorial y se hace posible pensarla como ese espacio pluridimensional en el que coexisten identidades y proyectos diferenciados. La ciudad aparece como una gran red de comunicación que interpela a los actores de diversas maneras. (Reguillo, 2005:75-76)

Esta perspectiva mira también las formas en que convergen los imaginarios sociales y se apropian de los espacios para constituir no solo su visión y su identidad, sino su capacidad de interpelación para construir ciudadanía. Una ciudad, desde el punto de vista de la construcción imaginaria de lo que representa, debe responder, al menos, por unas condiciones físicas naturales y físicas construidas; por unos usos sociales; por unas modalidades de expresión; por un tipo especial de ciudadanos en relación con las de otros

contextos, nacionales, continentales o internacionales; una ciudad hace una mentalidad urbana que le es propia (Silva, 1992).

Ello deriva en la propia diferenciación que se construye del espacio a partir de los modos de expresión, producto de la propia historia. "Lo que hace diferente a una ciudad de otra no es tanto su capacidad arquitectónica, (...) cuanto más bien los símbolos que sobre ella construyen sus propios moradores. Y el símbolo cambia como cambian las fantasías que una colectividad despliega para hacer suya la urbanización de una ciudad". (Silva, 1992).

La bibliografía existente, más consolidada, e incluso las más reciente, coincide tanto en la existencia de una diversidad producto de la fusión de identidades que convergen en un mismo espacio, debida a factores como procesos migratorios que constituyeron a las grandes ciudades, su propia dinámica económica así como por la lucha diaria por la subsistencia con las nuevas formas de adaptación y racionalización de la vida social. Castells (1986) afirma que la ciudad no es homogénea y constituye, junto con los modos de producción, las formas de organización social y el conjunto de representaciones simbólicas que dan sentido a esos modos de organización y producción.

La composición poblacional de las grandes ciudades es múltiple, en el caso de México la cultura urbana es vivida por indígenas, chavos banda, los obreros, comerciantes ambulantes, homosexuales, católicos, mormones, darketos, punketos, "niños bien", mujeres, etc., como minorías que expresan desde posiciones ideológicas, hasta marginación que en su conjunto componen una diversidad. La magnitud, la densidad, la oferta cultural, el contacto con la diversidad, no se experimentan de la misma manera.

El posicionamiento de los actores, el género, la edad, la creencia religiosa, la pertenencia a un territorio, la clase socioprofesional, introducen diferencias en los modos de experimentar y actuar en la ciudad (Reguillo, 2005:76).

Cada grupo social crea sus 'topografías' de diversa índole: religiosas, laborales, lúdicas, económicas, etc., cuya articulación constituye un mapa estable que organiza y orienta la vida social en grupo. Los tránsitos, los recorridos, las prácticas, las interacciones, se desarrollan de acuerdo a los patrones establecidos por ese mapa, que se actualiza en las maneras en que el grupo entiende, usa y nombra el espacio. (Reguillo, 2005:78)

Por su parte Armando Silva señala que cada ciudad posee sus fantasmas: pero los posee urbanizados, memorizados y vividos en los cuerpos y mentes ciudadanos, y la conmueven, la dirigen, la encierran o la abren a insospechados destinos" (1998:282).

En medio de la selva asfáltica de expresiones de modernización y modernidad, los discursos de fin de siglo atraviesan un sin fin de manifestaciones en cuyas voces se pregona la necesidad de ser visibilizados y de interpelación para asegurarse o intentar asegurarse un lugar en la utopía. Y no sólo producto de la multiétnicidad<sup>74</sup> característica del desarrollo cultural de las ciudades, en particular, la ciudad de México (García Canclini, 2004), sino de voces múltiples provenientes de la ideología, la condición social, la edad, la discapacidad, del género, que se plasman de muchas maneras.

Todos los días y cada segundo la ciudad recibe un nuevo punto de vista de cualquier ciudadano, para convertirse en el objeto mismo sobre el cual más se confabula: sobre su mismo cuerpo se diseñan e inscriben los deseos, aún los más ocultos, en una sobresaliente fusión de objeto con escritura, ya que en la pinta graffiti no nos será posible distinguir dónde la ciudad es materia y dónde esa materia es la expresión de una voluntad de cambio, de una utopía realizable. (Silva, 1988)

### **2.5.2 Las grandes ciudades en la globalización**

Una de los planteamientos o diagnósticos más contundentes y sólidos sobre las nuevas condiciones de las ciudades y su redefinición, es el que proviene de la crítica a la globalización, sobre como las transformaciones en los contextos urbanos tienen una clara asociación con los fenómenos mundiales de reorganización de la economía y como las urbes juegan un papel trascendental para que los países se inserten en la economía del resto del mundo.

La globalización se entiende como un proceso que implica a otros en los cuales todos los Estados nación se encuentran vinculados a partir de la ubicación y movimiento de las grandes transnacionales, no solo en el ámbito de la producción, sino de la distribución de las mercancías que tienen ya mercados dispersos por todo el mundo pero, a la vez, unificados y sobre todo que se trata de un proceso irreversible de la llamada “segunda modernidad<sup>75</sup>”.

---

<sup>74</sup> En las localidades urbanas de congrega el 21% de la población indígena, siendo la región central y la Zona Metropolitana del Valle de México donde mayor número de indígenas hay en las metrópolis mexicanas. Al emigrar a las ciudades en busca de mayores oportunidades se ocupan en actividades del sector terciario de la economía con remuneraciones muy bajas, además de ser objeto de múltiples prácticas de discriminación y es en la Ciudad México donde existen los índices más altos de segregación ocupacional. (Gómez Corredor y Horbath Corredor, 2007)

<sup>75</sup> De acuerdo a Beck (1998) y a los teóricos críticos de la modernidad los conceptos centrales de la “primera modernidad” eran política y economía, donde esta última, en la “segunda modernidad” reemplazara y supeditara a la política.



Dada la importancia de este fenómeno y su utilidad como herramienta analítica en este capítulo, resulta pertinente desarrollar su definición. De acuerdo a Ulrich Beck (1998) la *globalización* implica procesos en virtud de los cuales los Estados nacionales y soberanos se entremezclan e imbrican mediante actores transnacionales y sus respectivas probabilidades de poder, orientaciones, identidades y entramados varios. Otros rasgos esenciales de la globalización según este autor, se refieren a que estos procesos se enlazan en la vida cotidiana de la sociedad, pero sobre todo existe una autopercepción de la transnacionalidad (en los medios de comunicación, en el consumo, en el turismo); la traslocalización de la comunidad, el trabajo y el capital, la conciencia del peligro ecológico global y los correspondientes escenarios de actividad, la incoercible percepción de los otros transculturales en la vida propia y el nivel de circulación de las “industrias culturales globales”. Lo que resulta de ello, según Beck, es *la globalidad* una situación en que las distintas formas económicas, culturales y políticas no dejan de entremezclarse y que las evidencias del modelo occidental se deben justificar de nuevo. La globalidad para este autor es irreversible por las siguientes razones:

1. El ensanchamiento del campo geográfico y la creciente densidad del intercambio internacional, así como el carácter global de la red de mercados financieros y del poder cada vez mayor de las multinacionales.
2. La revolución permanente en el terreno de la información y las tecnologías de la comunicación.
3. La *exigencia* universalmente aceptada, de respetar los derechos humanos, como el principio de la democracia.
4. Las corrientes icónicas de las industrias globales de la cultura.
5. La política mundial posinternacional y policéntrica: junto a los gobiernos hay cada vez más actores transnacionales con cada vez mayor poder (multinacionales, organizaciones no gubernamentales, Naciones Unidas).
6. El problema de la pobreza global.
7. El problema de los daños y atentados ecológicos globales.
8. El problema de los conflictos transculturales en un lugar concreto. (1998: 29-30)

Todo ello implica por un lado, que lo que suceda en el planeta ya no será jamás un suceso local, de ahí la vinculación inicial de los conceptos local-global. Proceso que, estrechamente ligado con el concepto de democracia occidental, prefigura como condición la información así como la pérdida de la soberanía del Estado sobre la información<sup>76</sup>.

---

<sup>76</sup> Cabe agregar que para el teórico alemán, la globalización también implica la desaparición o por lo menos la disminución de la participación del Estado en lo que denomina una “sociedad mundial sin estado mundial y sin gobierno mundial” (1998: 32)

Por el otro, que uno de los rasgos más visibles y agudos de los procesos de globalización es la multiculturalidad y la segregación, esta última no sólo de grupos con rasgos fenotípicos, tradiciones e historia conjunta, sino también de grupos que por sus ingresos y el desorden en el uso del suelo se ven obligados a ubicarse en las zonas periféricas de la ciudad. Estas tensiones de la modernidad son más visibles en las grandes urbes.

La importancia de las ciudades en las nuevas formas de organización de las economías a partir de ser lugares de producción para las principales industrias de información de nuestro tiempo, ha sido explicada por la necesidad de espacios físicos de acción como nuevas formas de centralización territorial de la gestión de alto nivel y de control de las operaciones, “debido a que esta dispersión está ocurriendo en condiciones de concentración del control, la propiedad y la asignación de utilidades. Los mercados nacionales y globales, como también las organizaciones globalmente integradas, requieren de lugares centrales donde el trabajo de la globalización pueda realizarse” (Sassen, 2004: 37).

Ello da origen a lo que se ha denominado la “nueva geografía de la centralidad”, en lo que configura sitios estratégicos. Sassen (2004) afirma que la combinación de dispersión geográfica de las actividades económicas y de integración del sistema, que descansa en el corazón de la actual era económica, ha contribuido con nuevas o ampliadas funciones centrales, y la complejidad de las transacciones ha incrementado la demanda de servicios altamente especializados por parte de las empresas. Más que volverse obsoletas debido a la dispersión detonada por las tecnologías de la información, las ciudades:

- a. Concentran funciones de comando
- b. Son sitios de producción postindustrial para las industrias líderes en ese periodo, financieras y de servicios especializados.
- c. Son mercados transnacionales donde las empresas y los gobiernos pueden comprar instrumentos financieros y servicios especializados.

Esta autora plantea que esas nuevas condiciones no sustituyen a las funciones clásicas de las ciudades (administrativas, políticas, geográficas, etc.), sino constituyen la continuidad y similitud con ciudades que no son nodos globales.

El nuevo rasgo de las ciudades es su centralidad pensada a partir de la telemática y la globalización, se reorganiza el espacio económico desde el electrónico, pero esta

reorganización del espacio, esta “nueva geografía de centralidad” también produce una “nueva geografía de marginalidad” (Sassen, 2004), al no reconocerse, valorarse o permitir que se incorporen trabajadores en esa dinámica económica. Esta tendencia ha desplazado a importantes sectores poblacionales tanto de la economía como de la posibilidad de mejora de condiciones de vida.

La asignación de nuevos espacios de intercambio de valores así como los altos niveles de especialización, entre otros factores múltiples, ha impedido que la fuerza laboral tradicional se inserte en las nuevas demandas marginando su participación en la dinámica económica. De igual modo, algunas zonas de las ciudades fueron desplazadas para construir grandes espacios sobre todo comerciales. Franjas periféricas en las ciudades se fueron constituyendo en espacios de pauperización como espacios receptores de las olas migratorias campo-ciudad de los cuarentas a los ochentas, tales como las favelas en Sao Paulo o los cinturones de miseria<sup>77</sup> en el oriente y poniente de la Ciudad de México. Urbes de países en desarrollo, que, en la década de los ochenta comenzaron su inserción a los mercados internacionales, desprendiéndose de ello un gran número de problemas adicionales como la seguridad, el desempleo, educación, salud, contaminación, etc.<sup>78</sup>.

#### *Pobreza urbana, de la mediación territorial a la de referencia*

Según datos de las Naciones Unidas, para el año 2020 la población urbana pasará de 43 a 57%. En 1990 en las aglomeraciones urbanas gigantes del tercer mundo, 50 por ciento de la población vivía en suburbios y, por ejemplo, 25 por ciento no tenía acceso a agua potable y 40% no gozaba de sistemas de saneamiento<sup>79</sup>.

Las referencias más actuales apuntan hacia ello, sobre todo en América Latina y África. Datos de la ONU en su informe *Habitat* publicado en septiembre del 2008<sup>80</sup> indican que las

---

<sup>77</sup> Estas zonas se caracterizan principalmente por la autoconstrucción, la carencia de los servicios básicos y en general condiciones de vida muy precarias. Sus habitantes se ocupan casi siempre en actividades informales y a menudo padecen prácticas sociales discriminatorias.

<sup>78</sup> El Programa de las Naciones Unidas para los Asentamientos Humanos advirtió en su estudio "Estado de las ciudades en el mundo 2007", que casi la mitad de la población mundial habita en ciudades y una tercera parte de ese total, mil millones de personas, lo hace en malas condiciones. En América Latina, el estudio indica que 49 millones de habitantes carecen de suficiente espacio vital y 130 millones no tiene acceso al saneamiento de aguas. El estudio estima también que en 2030, en el mundo vivirán ocho mil 100 millones de personas, de las cuales cinco mil habitarán en zonas urbanas.

<sup>79</sup> Editorial de la *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, No. 25 (septiembre de 1990)

<sup>80</sup> Informe de ONU-Hábitat sobre el Estado de las Ciudades en el Mundo, septiembre del 2008. El programa Habitat es una iniciativa de la ONU que promueve en 2003, su objetivo es evaluar las

ciudades de América Latina encabezan, junto con las africanas, la lista de las más desiguales del mundo en la distribución del ingreso. Las urbes sudafricanas son las más desiguales, seguidas por las de Brasil, Colombia, Argentina, Chile, Ecuador, Guatemala y México. Estas inequidades se traducen en una separación física evidente entre las zonas habitadas por ricos y por pobres. Además, en el acceso a la educación, la salud y el empleo, (Lewis, 1961, Lomnitz Adler, 1975).

Estas circunstancias dan como resultado entre otras cosas lo que se ha denominado “exclusión social”<sup>81</sup> concepto considerado en la sociología como más amplio que el de pobreza pues considera otras dimensiones no económicas como el ingreso y la subsistencia que este permite. Reconoce también a la ubicación en ciudades como la asociación a condiciones de empleo y subempleo e informalidad.

Alicia Ziccardi (2004) apunta que en América Latina la noción de exclusión atraviesa un camino bastante diferente porque se aplica a la situación de precariedad y deterioro en las condiciones de vida que han debido aceptar siempre grandes mayorías, y que, en todo caso, se ha amplificado y/o agudizado con la adopción de políticas económicas neoliberales. Este concepto permite observar como la pobreza impide, entre otras cosas, el acceso pleno a la oferta cultural que pueda ofrecer la infraestructura de la ciudad además del hecho de la expansión y crecimiento de la ciudad en términos geográficos y poblacionales que implica traslados más largos. La mancha urbana se extendió hasta ocupar 1,500 kilómetros cuadrados. La evidencia obtenida por García Canclini (1993, 2004, 2005) sobre el consumo cultural en la Ciudad de México, indica teóricamente que esta expansión desalienta a muchos habitantes ubicados en la periferia<sup>82</sup> para asistir a cines, teatros y salones de baile concentrados en el centro, y agregaríamos que podría repetirse el patrón con museos en el

---

condiciones de pobreza y marginación para atacarla diseñando programas con políticas de asistencia en conjunto con el Estado. En México fue adoptado por el gobierno federal en 2003 a través de la SEDESOL.

<sup>81</sup> Las dimensiones o los campos que exige operacionalizar el concepto de exclusión social son entre otros: las dificultades de acceso al trabajo, al crédito, a los servicios sociales, a la justicia, a la instrucción; el aislamiento, la segregación territorial, las carencias y mala calidad de las viviendas y los servicios públicos de los barrios de las clases populares; la discriminación por género a que están expuestas las mujeres en el trabajo y en la vida social; la discriminación política, institucional o étnico-lingüística en que se encuentran algunos grupos sociales. Todos estos procesos y prácticas de las sociedad complejas son “factores de riesgo social” que comparten determinados grupos de las clases populares (inmigrantes, colonos, indígenas, discapacitados) (Ziccardi, 2004).

<sup>82</sup> La Encuesta *Origen y Destino 2007* indica que se realizan en la zona alrededor de 22 millones de viajes, de los cuales 14.8 millones son en transporte público. Este estudio fue realizado conjuntamente por el gobierno de la Ciudad de México, el del Estado de México y el INEGI a través del Fondo Metropolitano, la encuesta fue levantada durante mayo y junio de ese año, sus resultados se publicaron en octubre.

centro, sur y poniente de la ciudad. Las prácticas urbanas han tenido que reorganizarse concentrándose en mayor medida hacia el consumo de medios de comunicación, en especial televisión. Este fenómeno ha llevado a García Canclini (2005:20) a formular la hipótesis de que “la megalópolis integra grandes contingentes poblacionales no sólo conurbándolos física y geográficamente, sino conectándolos con las experiencias macrouurbanas a través de las redes de comunicación masiva”.

Por otro lado, la exclusión social que se deriva de nuestro análisis no sólo se limita a la oferta cultural en el sentido que lo plantea García Canclini, sino en el acceso a la información, a las posibilidades de relacionarse, en términos comunicativos, con múltiples emisores, con múltiples propuestas, enfoques y miradas. Es importante el hallazgo de este autor, pues permite entender de manera estructural, uno de los factores de relación de la población urbana con la televisión, y es el difícil acceso a otras opciones sobre la oferta cultural, sobre visiones del mundo por la gran extensión y centralización de la misma. Pero hay otras limitantes de ese acceso y que también explican la estrecha relación de los habitantes de la ciudad de México con ese medio, la condición de clase, que en términos de Bourdieu (2002) implica la posesión de capital cultural y económico, en relación a esquemas diferenciadores a partir de un *habitus*, como el factor primordial de la reproducción cultural o simbólica. Para el consumo de obras de arte, se requiere un capital cultural que posibilite decodificar las claves y mensajes que artista plasmó, y si bien hay una alta valoración sobre asistir a “actividades culturales”, para las familias pobres en la Ciudad de México<sup>83</sup>, no hay la costumbre, ni el tiempo, ni dinero. Su *habitus* orienta el consumo cultural a la práctica de ver televisión, pues ésta resulta de “fácil acceso”, y “muy familiar”.

### **2.5.3 La ciudad y la comunicación, una relación obligada en la globalización y la fragmentación de la sociedad**

La ciudad de México concentra la producción televisiva que se difunde en cadena nacional a todo el país, las dos grandes televisoras (Televisa y TV Azteca) tienen sus corporativos ahí, su producción se realiza desde ellos y se difunde por sus repetidoras en el resto de la República.

---

<sup>83</sup> Entrevistas realizadas a 8 familias asentadas en una franja irregular en el noreste de la Ciudad de México en julio y agosto de 2009.

Como se verá con detalle más adelante, la programación mexicana ha estado dominada desde hace varias décadas por esas dos grandes empresas, el resto de los emisores en señal abierta del espectro televisivo ocupan un lugar marginal en términos de *ratings*. Es el caso de los tres medios públicos, Canales 11, 22 y 34; así como Cadena Tres. Las señales de esos seis emisores son visibles tal cual transmiten en la Ciudad de México y Área Metropolitana.

### 2.5.3.1 La definición sociocomunicacional de la ciudad

A partir de la revisión de distintas investigaciones en torno a la relación de la comunicación con el estudio de la ciudad se identifican tres ejes de reflexión:

1. Las redes de información global a través de las grandes cadenas transnacionales y contenidos globales, constituidas en los nodos en que los contenidos de las industrias culturales se ubican en las grandes urbes posibilitando su difusión a más mercados.
2. La posibilidad de interconexión a partir de las tecnologías de la información para la inserción de la economía de un país a la economía mundial.

Manuel Castells ha considerado que:

“La nueva economía global y la sociedad informacional emergente presentan una nueva forma espacial, que se desarrolla en una variedad de contextos sociales y geográficos: las *megaciudades*. Ciertamente son aglomeraciones muy grandes de seres humanos, todas ellas (13 en las clasificaciones de Naciones Unidas) con más de 10 millones de habitantes en 1992, y cuatro con proyecciones de superar con creces los 20 millones en 2010. Pero el tamaño no es la cualidad que las define. Son los nodos de la economía global y concentran las funciones superiores de dirección, producción y gestión de todo el planeta: el control de los medios de comunicaciones: el poder de la política real: y la capacidad simbólica de crear y difundir mensajes...No todas ellas son centros dominantes de la economía global, pero conectan a este sistema global enormes segmentos de población humana” (1999: 437).

3. La articulación de la ciudad como espacio fragmentado por la urbanización y sus problemas, la multiculturalidad, la dispersión social e individualismo a pesar de la densidad poblacional.

Néstor García Canclini (1993) registró un proceso interesante en materia de prácticas urbanas de la comunicación a partir de los procesos vividos en la Ciudad de México y las nuevas condiciones. Un proceso de *desurbanización* en el cual disminuía el uso recreativo de los espacios públicos. Los investigadores atribuyeron este cambio, en gran medida a la inseguridad, pero también a la tendencia de preferir la información y los entretenimientos

llevados hasta los hogares por la radio, la televisión y el video en vez de la asistencia a cines, teatros y espectáculos deportivos que requieren atravesar largas distancias y lugares peligrosos de la urbe. “Junto a las clásicas definiciones sociodemográficas y espaciales de la ciudad, necesitamos una definición sociocomunicacional que incluya el papel estructural de los medios, su acción informadora, constituyente de representaciones e imaginarios sobre la vida urbana...Las nuevas formas de multiculturalidad se establecen por el acceso diferencial y segmentado de jóvenes y adultos, diversos niveles educativos y económicos a los bienes y mensajes globalizados” (2004: 65-67).

Martín-Barbero (2004) ha descrito como nuevas condiciones y formas de convivencia la conformación de “ciudades comunicacionales”, en donde se articula la vida a través de los medios, y éstos a su vez se alimentan de los miedos de la sociedad en un momento en que la violencia permea todas las capas y momentos de la vida cotidiana. Es necesaria una mirada de conjunto, indica, la vida en ciudad implica formas de marginación y exclusión social, así como de *los nuevos modos de estar juntos* desde los que los ciudadanos experimentan la heterogénea trama sociocultural de la ciudad, la enorme diversidad de estilos de vivir, de modos de habitar, de estructuras del sentir y del narrar.

Para el colombiano el paradigma de la comunicación desde el que se articula la modernización y caos urbano es un paradigma informacional con un flujo ininterrumpido que conecta a los ciudadanos pero sobre todo devalúa la memoria cultural.

#### **2.5.4 La ciudad de México, definición espacial**

La Constitución mexicana en su artículo 44 establece que el Distrito Federal es la sede de los poderes y Capital de los Estados Unidos Mexicanos. De acuerdo al conteo de población y vivienda del 2000, éste alberga a 8, 720, 916 habitantes. No obstante la región Ciudad de México se considera mucho más grande, “se trata de una megalópolis constituida también por 34 municipios metropolitanos de la entidad vecina, el Estado de México, pero en los municipios, que constituyen su periferia, viven más de 9 millones de mexicanos. (Ziccardi, 2004). Otras estimaciones indican que la urbe es mucho mayor y su expansión hasta convertirse en un conglomerado que abarca a otro estado más, Hidalgo con el municipio de Tecamac. Para conjuntar a 75 localidades: 16 delegaciones políticas del Distrito Federal, 58

municipios mexiquenses y Tecamac, en lo que se ha denominado también la Zona Metropolitana del valle de México<sup>84</sup>.

En 1928 la Ciudad de México perdió sus municipios con la aprobación de una reforma que creó un aparato de gobierno administrativo llamado el Departamento del Distrito Federal. El Presidente de la República a partir de entonces pasó a ser el Jefe del Gobierno de la Capital, función que delegaba en un funcionario por él designado y que se convirtiera en figura central de la política federal, el regente. En 1987 en medio de una intensa movilización social, protagonizada principalmente por los damnificados de los sismos de 1985<sup>85</sup>, se realizó una primera reforma política y se creó la Asamblea de Representantes del D.F. misma que posteriormente obtuvo la facultad para legislar y actualmente es la Asamblea Legislativa constituida por diputados electos por voto directo. En 1997 producto de la presión social y el nuevo momento de ruptura por primera vez los capitalinos pudieron elegir democráticamente a su Jefe de Gobierno, Cuauhtemoc Cárdenas Solórzano, quien había sido candidato a la presidencia en dos ocasiones. La jefatura de gobierno de la Ciudad de México le dio proyección a nivel nacional, tanto por la importancia política de la capital de país como por la propia centralidad de los medios de comunicación audiovisuales y sus coberturas informativas.

La ciudad cobró una dimensión no tan clara hasta entonces, ser la plataforma para las aspiraciones políticas de personalidades y partidos. La izquierda mexicana agrupada en su mayoría en el PRD ha retenido el gobierno de la Ciudad. Después de Cárdenas Solórzano (1997-1999) renunciara para postularse por tercera ocasión a la presidencia del país, Rosario Robles queda al mando y en medio de altos índices de aprobación a su desempeño, Andrés Manuel López Obrador ocupa la gubernatura de 2000 a 2005 año en el que renuncia para postularse a la presidencia de la República. Deja el cargo con niveles de aceptación muy altos. Marcelo Ebrard militante del PRD y exsecretario Seguridad Pública y Desarrollo

---

<sup>84</sup> Gómez Corredor Iana A. y Horbath Corredor Jorge E. (2007). "Exclusión social, discriminación laboral y pobreza urbana de los indígenas en la Zona Metropolitana del Valle de México, ZMVM", ponencia presentada en el 12º Encuentro Nacional sobre Desarrollo Regional 2007 de la Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional. Consultado en septiembre de 2008. Disponible en: [http://www.sicbasa.com/tuto/AMECIDER2007/Nuevos%20Archivos%5Cp7\\_Iana\\_Akie\\_Gomez\\_Corredor.pdf](http://www.sicbasa.com/tuto/AMECIDER2007/Nuevos%20Archivos%5Cp7_Iana_Akie_Gomez_Corredor.pdf)

<sup>85</sup> Las movilizaciones ciudadanas fueron producto del descontento social a causa de la incapacidad gubernamental por articular el desastre y establecer mecanismos de ayuda y organización, movimientos como el de las costureras y de vivienda articularon demandas específicas con acciones concretas de protesta y difusión a través de canales no mediáticos como redes sociales.



Social es elegido Jefe de Gobierno de la Ciudad de México en el año 2006. En la actualidad se perfila como uno de los candidatos de ese partido con más amplias posibilidades de contender para la presidencia del país en el 2012.

No obstante su centralidad política y su composición económica, varios estudios han revelado sus condiciones de pobreza ya antes comentados. La situación de pobreza y exclusión social en la que viven grandes contingentes de trabajadores y sus familias en la Ciudad de México es producto de los modelos económicos que se adoptaron en el país durante el siglo XX y de su historia política. La ciudad constituye el principal territorio económico del país, tanto por ser el principal mercado interno como porque es el espacio que articula al país a la globalización. Además, dado su valioso patrimonio histórico y la elevada dotación de equipamiento es el principal escenario de la vida cultural (Ziccardi, 2004).

Pese a ello, a partir de los desmesurados procesos de urbanización y densidad poblacional, esta ciudad se constituye en un espacio de dimensiones casi imposibles de cuantificar con una amplia diversidad cultural, múltiples espacios de relación, distintos modos de vivir y una enorme problemática. Las dimensiones geográficas se constituyen como un elemento central para la exclusión social. Diversos sectores de la sociedad enfrentan como una dificultad el acceso a la enorme oferta cultural de la ciudad, sobre todo aquellos en que el acceso además implica una inversión económica prácticamente imposible de hacer. La ubicación en esta urbe implica largos periodos de tiempo para su recorrido, la búsqueda de la oferta cultural en los distintos circuitos, centralizados además en algunas zonas, y un limitado acceso a otros espacios de socialización como los domésticos, de ahí la importancia de considerar la ubicación temporal de nuestros sujetos de investigación, familias pobres en la ciudad, como una importante *mediación* en términos comunicativos a la vez articulada a la mirada del campo político. Las carencias en el acceso a servicios en el caso de asentamientos irregulares, la relación con agrupaciones que generan una cultura política clientelar<sup>86</sup>, el papel de los partidos políticos en esta serie de concepciones sobre todo en periodos de campaña, generan especificidades que no pueden soslayarse.

---

<sup>86</sup> De la Peña (1990: 84) describe a la cultura política clientelar como aquella que “implica una visión de la sociedad donde las oportunidades de vida y la riqueza se distribuyen de una manera arbitraria, hasta cierto punto misteriosa e inevitablemente desigual. Quien nace pobre sólo podrá superar su condición mediante la ayuda de benefactores a quienes por tanto es necesario congraciar. El Estado y sus aparatos, y los agentes políticos en general pueden constituirse en patrones dispensadores de favores, y eso es básicamente lo que se espera de ellos”.

En el siguiente capítulo se esboza con mayor claridad la propuesta teórico metodológica que articula la intersección de las categorías antes descritas, la comunicación y la cultura política tomando en cuenta la importancia de las *mediaciones* esbozadas antes, como es el caso de la vida urbana.

### **CAPÍTULO III. LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA POLÍTICA, LA PROPUESTA TEÓRICO – METODOLÓGICA**

El objetivo de las Ciencias Sociales es la reconstrucción de los hechos y su análisis, a fin de generar conocimientos nuevos y propuestas de solución, explicación y entendimiento sobre el interminable cúmulo de problemas que cada día se generan. En el pasado, la investigación científica tendió a la especialización y se parceló el conocimiento. Hoy la tendencia en la investigación es la interdisciplinariedad, hecho que resulta importante dado que las claves, tanto teóricas como empíricas, que las distintas Ciencias Sociales han hallado, posibilitan una comprensión más amplia de los fenómenos sociales.

Sobre el estado actual que guardan las Ciencias Sociales, Immanuel Wallerstein<sup>87</sup> ha dicho que “no nos encontramos en un momento en que la estructura disciplinaria existente se haya derrumbado. Nos encontramos en un momento en el que ha sido cuestionada y están tratando surgir estructuras rivales”. En esta discusión Wallerstein otorgó un lugar importante para la vinculación disciplinaria a los estudios culturales. Señaló que el objeto de los llamados estudios culturales es “entendido como un proceso social más y por esa vía es una intersección entre las humanidades y las Ciencias Sociales”.

Esta perspectiva se orienta hacia la necesidad de mirar a las Ciencias Sociales desde la óptica de la traspasar barreras disciplinarias, y para el caso que nos compete, se rescata lo que ha dicho Jesús Martín-Barbero en uno de sus textos más recientes, *oficio de cartógrafo* (2002), sobre la necesidad de mirar a la comunicación desde la cultura, sus expresiones y sus relaciones.

Bajo este panorama es necesario insistir en que este trabajo se concibe desde la comunicación y se acerca a otras disciplinas para hallar claves, tanto teóricas como metodológicas. Como ha sucedido en las Ciencias Sociales modernas, la profundización en distintos objetos de estudio ha requerido el apoyo de técnicas asociadas a otras disciplinas así como de sus propios conocimientos.

Establecer la relación de la cultura política con la comunicación requiere una reorientación en la que el planteamiento establezca un vínculo que rebase la funcionalidad democrática y el carácter normativo de la comunicación que impide ver a este proceso como dinámico, y no

---

<sup>87</sup> Palabras pronunciadas el 24 de octubre de 1995 en la Social Science Research Council de Nueva York. El objetivo fue la presentación del volumen *Open the Social Sciences*, un informe sobre la reestructuración de las Ciencias Sociales auspiciado por la Comisión Gulbenkian. Al año siguiente Siglo XXI México, publicó el volumen en español.

permite observar que hay detrás de esa relación, por ende se hace necesario desarrollar una propuesta teórico metodológica donde la proximidad sea comprensible. En este capítulo se desarrolla con detalle la propuesta teórico-metodológica derivada de esta investigación que se apoya en trabajo empírico, el cual en la fase cualitativa explora las mediaciones de que son objeto familias pobres en la Ciudad de México, al penetrar en su interacción con los medios de comunicación encontramos rasgos que nos ayudan a profundizar en la manera en que la comunicación es clave en la construcción de su cultura política.

Para tal fin es necesario describir las razones que sustentan tal medida:

1. Existe una relación intrínseca entre comunicación y cultura, de origen. Se establece en la transmisión de valores, de ideología, la socialización y la construcción de la identidad y la hegemonía. Con el desarrollo de la tecnología, las formas de transmisión y socialización se modifican y la comunicación masiva cobra mayor importancia.
2. La cultura contiene una dimensión política en la que hay una lucha constante por la imposición de significaciones en relaciones de poder y de conflicto<sup>88</sup>, la comunicación está inserta en ella y juega un papel clave en dos dimensiones:
  - a. Institucional. Con el papel activo de grupos que producen, transmiten y vehiculan los códigos de las élites en la construcción de la hegemonía y la legitimidad ideológica.
    - i. Todo producto cultural se construye a partir de símbolos, busca crear significaciones e implica una ideología política y económica, una visión del mundo.
    - ii. En términos macroestructurales, las instituciones mediáticas tienen la posibilidad de definir políticas de comunicación estructuradas en temas, agendas y parrillas programáticas.
    - iii. En términos sociohistóricos el sistema político mexicano ha requerido del apoyo de las instituciones mediáticas para legitimarse y en esa lógica de relación ha favorecido su expansión y concentración<sup>89</sup>.

---

<sup>88</sup> *La cultura de la política* (Tejera, 2010).

<sup>89</sup> Desde la perspectiva de la economía política en el capítulo cuatro se ampliará y analizará este aspecto específico.

b. Social. Los sujetos sociales interactúan unos con otros con base en su experiencia cotidiana en las instituciones políticas, ésta también es trazada por su interacción con los medios masivos.

Los sujetos en un contexto sociohistórico específico se relacionan con los medios masivos que son centrales en la organización social de su vida, toman referentes de ellos, los reorganizan, resignifican los mensajes y producen nuevas interpretaciones, generan nuevas *fronteras de sentido*.

Para el caso de nuestros sujetos investigados, su enlace con la televisión, el medio de mayor penetración en los hogares, es muy estrecha, ésta configura de un modo peculiar y muy marcado las rutinas y la cohesión familiar, por otro lado provee de manera muy clara imágenes sobre la política.

3. Los contenidos políticos de la cultura se expresan cotidianamente en distintos espacios y prácticas sociales. Los contenidos culturales asociados a los procesos políticos se encuentran fuertemente influidos tanto por espacios de socialización como por la vinculación establecida con partidos políticos y funcionarios gubernamentales (Tejera Gaona, 2007), también y en gran medida por la interacción de los sujetos con los medios masivos de comunicación en el espacio cotidiano de la esfera doméstica. Los contenidos culturales se rearticulan en la experiencia directa con partidos políticos y funcionarios gubernamentales, pero se vincula una y otra vez en el consumo cotidiano de los referentes mediáticos donde esos actores –partidos políticos y funcionarios gubernamentales- expresan sus discursos, pero éstos a su vez son matizados por los propios medios como actores. En pleno siglo XXI ello no puede ignorarse.

Para ampliar nuestra propuesta de replantear el vínculo cultura política y comunicación, se hace necesario rescatar dos aspectos del concepto de cultura política de Tejera Gaona (2005, 2007, 2008, 2010) descritos en el capítulo I, como punto de partida clave.

1. El énfasis en el carácter político de la cultura a partir de Gramsci y Foucault con la relectura de Dagnino al señalar que:

“Si la concepción de cultura como la atribución de significados incrustados en todas las prácticas sociales ha sido establecida en el campo de la antropología, *lo que la teoría de la hegemonía trae a la luz es el hecho de que esta atribución de significados tiene*

*lugar en un contexto caracterizado por el conflicto y las relaciones de poder*". (Dagnino 1998 en Tejera 2008: 21)

2. La composición de la cultura en tres planos<sup>90</sup>:
  - a. Las convicciones de fondo
  - b. Los valores significativos que imprimen sentido a la cotidianidad
  - c. La atribución de significados a las prácticas sociales y que se llevan a cabo mediante la *objetivación*.

El proceso mediante el cual individuos o grupos sociales asignan nuevos significados a sus relaciones exagerando o inventando aspectos de su identidad, vida cotidiana, entorno social, convicciones y creencias o interpretaciones sobre la historia nacional, entre otros, con el propósito de influir en la esfera política; implica a diversos actores, al gobierno, a partidos políticos, a ciudadanos e indudablemente a los medios de comunicación, como vehículos en la relación Estado-sociedad y como actores con sus propios intereses, muchas veces vinculados con los del gobierno.

En general los medios son tecnologías de difusión, para el caso de los electrónicos de radiodifusión, pero también tienen un carácter industrial definido por el sistema económico y están situados en un contexto sociopolítico delimitado por tensiones y pugnas por el poder. Los medios tienen su propia historia sociopolítica, así mismo poseen un carácter simbólico. Este rasgo implica que la radiodifusión en sí está cargada de versiones y visiones del mundo concretas, de ideologías que además tienen distinto origen, el nacional y el extranjero.

La comunicación difundida por los medios no es neutral y pasa por distintos procesos industriales matizados por ideologías en un entorno de relaciones de poder y de conflicto.

La *objetivación de la cultura* tiene lugar, en buena medida, en los medios de comunicación, tanto en la emisión de las *formas simbólicas* (Thompson, 1998, 2002) como en el consumo y recepción de ellas.

Desde la óptica del receptor, Berger (1990) demostró como el consumo de los productos de los medios es un fenómeno afectado por valores ideológicos y que no sólo los materiales explícitamente políticos sino también los de entretenimiento, activan el reforzamiento de creencias políticas.

---

<sup>90</sup> Descritas con detalle en capítulo I, páginas 56-58.

Por otro lado, un elemento central es la relación de la sociedad con la comunicación, en donde la significación de las prácticas sociales está dada tanto por el simbolismo que los medios imprimen a las visiones del mundo, como por su materialidad y tecnicidad que enmarcan el posicionamiento no sólo de la oferta mediática sino de las audiencias para su interlocución. Así mismo, el propio consumo mediático es una práctica cultural.

No obstante, es importante señalar que al tomar en cuenta el contexto sociohistórico y el modo de producción en el que la sociedad se encuentra y el conflicto permanente implícito en ello, la comunicación posee un carácter político por naturaleza.

En ese sentido, nuestro análisis considera cuatro vertientes (política, institucional, social y utópica) que definen con mayor claridad el papel de la comunicación en la construcción de imágenes sobre las estructuras del poder, las percepciones sociales y las significaciones que ello puede entrañar entre nuestro grupo social observado, más abajo se describen con detalle. Estas dimensiones que la relación cultura política-comunicación entraña puede permitir analizar la forma en que los sujetos sociales se construyen como sujetos políticos al construir significados como parte de su interacción con los medios de comunicación.

Mientras, debe tomarse en cuenta que el proceso comunicativo:

- No proviene necesariamente de los medios. Existen procesos e interacciones verticales u horizontales entre distintos actores. La comunicación interpersonal no implica imperiosamente a los medios de comunicación, es aquella que se produce en la cotidianidad, donde se intercambian símbolos afines a ambos interactuantes<sup>91</sup>, donde hay diálogo y relación con el otro, de la cual cada ser adquiere su propio sentido del ser, la construcción del yo en función del otro, el *self* (Mead, 1999), donde hay intercambio y reciprocidad, es una relación sistémica. No obstante, en la actualidad y dado el desarrollo tecnológico, la comunicación interpersonal puede estar relacionada con las formas simbólicas vertidas en los medios de comunicación y la interacción con ellos.
- Definido en la comunicación política puede constituirse también sin la presencia necesaria de los medios de comunicación, se da por ejemplo en campañas electorales durante mítines, jornadas de limpieza, reuniones de comités de base, visitas

---

<sup>91</sup> La Escuela de Palo Alto se concentró por varias décadas en desarrollar la teoría general de la comunicación, la cual postulaba que la comunicación era la base de toda relación social, incluso que la no comunicación constituye comunicación. Ver (Winkin, 1984) (Bateson, 2002), (Watzlawick, 2002).

domiciliarias, y también se genera fuera de momentos de campañas, en circunstancias cotidianas como gestiones administrativas con las autoridades locales, etc., y aunque se geste en el Estado en espacios geográficos específicos y busque persuadir a una orientación del voto e incidir en el comportamiento electoral, los actores de la misma pueden ser candidatos, partidos políticos, autoridades administrativas y sociedad.

- Puede gestarse desde la sociedad que en una perspectiva política busque trastocar las estructuras del poder<sup>92</sup>, en movimientos sociales que traten de incidir en la toma de decisiones; en la búsqueda de mayor visibilidad los movimientos sociales tratan de atraer la atención de los medios (Peterson y Thörn, 1999).
- Se desarrolla en los microespacios de la cotidianidad entre los distintos grupos sociales, donde se construyen imágenes, referencias y sentidos sobre el resto de la sociedad. En el caso de las familias pobres hay una suerte de cercanía y cohesión social en términos de identidad nacional, de las necesidades reales y de las aspiraciones.
- Es también desarrollado por el gobierno y los partidos políticos<sup>93</sup> y cuya temática puede estar fuera de momentos electorales pero que responde a la necesidad de convencer sobre un proyecto político y económico; necesariamente hace uso de medios masivos para amplificar su alcance. En medios electrónicos puede ser transmitida tanto en spots como en tiempos oficiales, así como en entrevistas diseñadas con ese fin, asume la forma de propaganda.
- Tiene como emisor y productor a los grupos mediáticos (empresas públicas y privadas) vehiculada en sus contenidos informativos (noticieros, entrevistas, programas de debate, editoriales) a partir de lógicas industriales que tanto definen como construyen los acontecimientos (Alsina, 1989) (Verón, 1987).
  - Tiene que ver con los contenidos propios de la televisión mexicana (empresas públicas y privadas), particularmente en el ámbito del entretenimiento en la ficción, construyendo mensajes que reproducen el estatus de diferencias y tensiones de clases, definen un proyecto utópico de la

---

<sup>92</sup> Ver discusión sobre comunicación política en 1.3

<sup>93</sup> En prensa se hacen inserciones pagadas que a menudo se presenta con la misma tipografía que las notas periodísticas, algunos medios las diferencian con otro diseño. Pueden ser desde crónicas noticiosas, notas informativas, entrevistas hasta fotografías. Adler (1993) definió esta comunicación como parte de los mensajes cifrados entre la clase política.



felicidad articulada en relaciones que resultan de los conflictos de clases sociales y en general están fuera de todo contexto político<sup>94</sup>.

Puede afirmarse que en buena medida las concepciones compartidas sobre la vida social así como las percepciones provienen de la comunicación, considerando en ella la información política y la de la ficción proyectada, ésta dentro de las políticas de programación de las industrias mediáticas.

Para utilizar un término conceptual más conocido, que no aluda particularmente a un modo específico de relaciones, entenderemos a la cultura política en sentido amplio y estrechamente relacionado con la comunicación, es decir aludiremos al estudio de la dimensión comunicativa de las relaciones políticas en la dinámica cultural a partir de los siguientes postulados:

1. La cultura política es una combinación de *pensar, sentir y actuar* en torno al *poder y sus estructuras*, a partir de una interiorización y socialización en un proceso compartido y dialéctico dentro de una lógica cultural que parte de un *intercambio y transmisión generacional de signos y símbolos* comunes en un *contexto determinado*, mismo que deriva en la atribución de significados a las prácticas sociales insertas en él. En esta atribución hay una lucha simbólica en el imponer y resistir una concepción del mundo. La lucha por la atribución de significados se genera en escenarios mediados y no mediados.
2. Las formas de ver el mundo están constituidas a través de esquemas y estructuras predefinidas en un lugar social y posición de clase, en un contexto sociohistórico específico que deriva en prácticas concretas y conflictos permanentes. Así mismo la cultura política considera las aspiraciones y esperanzas como eje para confrontar una realidad vivida con una deseada construyendo *imaginarios* como ideologías propias de los distintos grupos sociales, al evaluar y analizar el entorno cotidiano, los objetos de la política y los discursos del poder, lo que implica elementos cognitivos y referentes obtenidos de la información noticiosa y una dimensión utópica resignificada por ésta y

---

<sup>94</sup> Aunque en periodos electorales algunos partidos habían optado por utilizar personajes de telenovelas o incluir mensajes propagandísticos dentro de los diálogos, nos parece que la construcción de historias basadas en la cotidianeidad reproducen la división de clases, eliminan la tensión y el conflicto entre ellas, lo que implica una visión sobre las estructuras del poder y del mundo. No obstante para no caer en relativizar el concepto de comunicación política que no sólo es un fenómeno social, sino un campo de estudio, debe señalarse que la comunicación política se concentra en los esfuerzos y eficacia para la persuasión a través de la propaganda de una visión del mundo, una ideología, por tanto otro tipo de programas de entretenimiento no pueden considerarse como fenómenos de comunicación política.

por la ficción televisiva del melodrama, ello se traduce en prácticas específicas como el ver televisión *apropiándose y resignificando* los mensajes a partir de distintas experiencias sociales.

3. La comunicación como parte de la cultura en la modernidad, se produce en un entorno de relaciones de poder y conflicto. Los noticieros y la ficción televisivos reproducen el status, el primero muestra una serie de notas previamente elegidas y editadas que concentran información sobre los acontecimientos más relevantes a juicio del medio, y la segunda presenta conflictos sentimentales cuyos protagonistas son antagonistas en términos de clase social, con frecuencia se elimina el conflicto histórico y se descontextualiza la realidad presuntamente vinculada a la vida cotidiana de las audiencias. Si bien es cierto que las *industrias culturales* tienen una naturaleza mercantil y construyen estereotipos que encajen en la sociedad y sean rentables como productos, intrínsecamente conllevan una dimensión ideológica. En ese sentido la comunicación mediática está condicionada por su naturaleza industrial y su posición en un mercado, *que congruente* con las tendencias *internacionales responde* a una alta concentración. Múltiples estudios han dado cuenta de que los procesos de globalización han implicado una insistente búsqueda por el control ideológico, la lucha por el espacio de transmisión es la lucha por el espacio ideológico (Mattelart, 1996).
4. La comunicación en su función de transmisora de valores, reproduce la *ideología* derivada de esta visión y construye día a día la *hegemonía* de grupos de poder.
5. La audiencia participa de esta construcción hegemónica de forma parcial, pues consume ampliamente, en términos cuantitativos, los productos culturales que se producen según distintos macrogéneros, donde la ideología tiene un carácter más claro, los noticieros<sup>95</sup> y las telenovelas; pero se relaciona con ellos de distintos modos, a partir de diversas mediaciones y con diferentes usos prácticos convirtiendo el acto de ver televisión en una *disposición* absolutamente integrada en su contexto doméstico de recepción, en su *vida cotidiana*.
6. La relación de la comunicación con la cultura política se compone también de vivencias directas de la sociedad con los actores políticos, éstos buscan modificar las percepciones sociales a través de acciones concretas que a la vez se mezclan y apoyan con las

---

<sup>95</sup> La construcción de la realidad que supone la organización de un noticiero vierte la versión de verdad del emisor, de quien construye la noticia.

cogniciones provenientes de los medios de comunicación. Estas cogniciones son resignificadas simultáneamente a partir de múltiples *mediaciones* sociales y culturales, la clase y espacio geográfico juegan un papel central para algunos sectores de la población, pues ambas condensan las contradicciones derivadas del modo de producción imperante y confirman de manera importante la identidad y el lugar social no sólo como los sitios desde donde se codifican los mensajes sino como las expresiones de las condiciones materiales de existencia que son calve en el proceso de construcción de sentido a las concepciones del mundo.

Aquí debe señalarse que esta definición considera de crucial importancia el papel activo de la sociedad en la relación comunicación y cultura política, dado que se asume como sujeto en sus propios procesos, sobre todo al interior de la familia como institución central donde se interiorizan valores, prácticas y visiones del mundo. De este ángulo de reflexión se desprendió la necesidad de incorporar al marco teórico el estudio de la recepción, que además consolida la necesidad práctica de desarrollar la investigación a partir de un enfoque explicativo que implica la metodología cualitativa.

7. Un último rasgo que agregar a esta definición es el del *cambio y continuidad* que prevalece en procesos culturales en periodos largos. Hecho que implica que habrá procesos culturales que no pueden modificarse automáticamente como producto de un hecho social o fenómeno político, tampoco ocurren cambios de manera inmediata. Los cambios culturales son procesos largos que llevan décadas y que en términos de comunicación se traduce en la continuidad de las formas de transmisión y contenidos mediáticos y en las formas de relación de la audiencia con éstos.

### **3.1 El modelo teórico-metodológico**

El estudio, revisión y reflexión de los trabajos realizados hasta el momento en torno a la relación entre la cultura política y la comunicación nos permiten establecer que existe una limitación en la perspectiva dominante para abordar la configuración de las significaciones en torno a lo político y el papel de los fenómenos comunicativos en ese proceso. Los modelos teóricos preexistentes no son suficientes para explorar esta relación intrínseca en un periodo en que la sociedad posee un alto potencial comunicativo. El ejercicio del poder atraviesa espacios tradicionales pero también mediáticos que son ya habituales.

El abordaje del tema de la cultura política y la comunicación requería de una comprensión amplia, pues la naturaleza de la construcción de la cultura política requería un acercamiento teórico y metodológico que nos permitiera una aproximación científica integradora.

La comprensión del tema requirió un modelo teórico metodológico articulado con elementos conceptuales provenientes de una perspectiva transdisciplinar. Se parte de la idea que las aportaciones teóricas de la Ciencia Política, la Sociología, la Antropología y la propia Comunicación han esclarecido el panorama en torno a la cultura política, no obstante es necesario una interlocución entre estas disciplinas a fin de que un enfoque integrador busque una comprensión más amplia de los hechos sociales.

Los distintos campos de conocimiento muestran la importancia de las percepciones, concepciones y sobre todo significaciones en torno a lo político, el trabajo empírico recogido en este trabajo, muestra que éstas se encuentran ligadas intrínsecamente a la comunicación.

La revisión de los avances y debates en el estudio de la cultura y la comunicación nos permiten establecer que ambas tienen un carácter dinámico, en tanto son parte de un complejo entramado de relaciones y elementos que interactúan y su carácter está dado por esta serie de relaciones, sobre todo en la cotidianidad. Es en ese espacio en que el sujeto social cobra sentido en la investigación, pues en la vida cotidiana los sujetos construyen micromundos derivados de los procesos macrosociológicos. Al penetrar en la interacción de nuestros sujetos sociales observados, familias pobres en la Ciudad de México, nos asomamos al espacio donde se originan relaciones entre muchos otros procesos. Para comprender esta relación se asume que la estrategia de investigación más adecuada para comprender ¿Cómo la recepción de telenovelas y noticieros televisivos es parte de la construcción de la cultura política de familias pobres en la Ciudad de México?, es cualitativa.

Los estudios sobre recepción permiten observar la manera en que los miembros de la audiencia enfrentan a los medios y mensajes, sus rutinas masmediáticas, su vinculación con el tiempo libre así como la agenda cotidiana. Como señala Orozco (1994), lo más importante de todo esto es tener en cuenta que el análisis de la recepción es un objeto de investigación múltiple, poliforme, dinámico, que requiere un abordaje similar y que la audiencia es un ente complejo, contradictorio y para ser explorado requiere un diseño metodológico muy afinado, riguroso.

Morley (1993) ha sostenido que la relación de los públicos con la televisión en principio, se ha de formular como una cuestión empírica y que el reto consiste en desarrollar métodos

apropiados. En su forma sencilla, se ha sostenido que el cometido del etnógrafo es “entrar en el campo” y mediante la observación penetrar en el contexto social.

Las etnografías, por su propia naturaleza, se fundamentan en la realidad de las vidas de otras personas. Los problemas de hacer etnografía son los de la investigación social como un todo. El objetivo no es el de identificar leyes universales, sino más bien producir descripciones detalladas de la experiencia concreta de la vida en el interior de una cultura (Hammersley y Atkinson, 1983).

La fuerza de las técnicas cualitativas es que ofrecen una comprensión contextual de las relaciones entre diferentes aspectos de los fenómenos estudiados, además de realizarse *in situ*, es decir justo donde ocurre el fenómeno, para nuestro caso el proceso de recepción televisiva de noticias y telenovelas para tratar de enlazar la televidencia con otros aspectos de la relación de las familias con la política.

Para Jensen (1993:12) el análisis cualitativo se concentra en la aparición de sus objetos analíticos en un contexto específico, opuesto a la recurrencia de elementos formalmente similares en diferentes contextos.

En tanto, para Winocur (2002: 98,99) urge realizar estudios que tengan como premisa epistemológica recuperar el punto de vista del actor en el marco de su vida cotidiana, como ámbito privilegiado para entender los procesos de construcción de sentido y las prácticas sociales vinculadas a lo político. El objeto del enfoque cualitativo es un sujeto en situación y la valoración y revisión de sus prácticas y usos.

A nivel general la metodología cualitativa tiene como rasgos:

- Ser un proceso mediante el cual se recogen datos descriptivos, es decir, palabras y conductas de las personas sometidas a investigación.
- Su tema es el estudio fenomenológico de la vida social
- Se aplica a análisis globales de casos específicos
- Los conceptos centrales sobre los que trabaja la investigación cualitativa son: la autenticidad como expresión del sentir, la corroboración estructural, es decir reunir información y establecer lazos de un todo que se apoya en partes de la evidencia, y la saturación como forma de muestreo.

La aproximación cualitativa permite una exploración al proceso de relación entre los sujetos observados y los contenidos simbólicos de la televisión en información noticiosa y en las telenovelas como un género que a través de la ficción da salida de una visión del mundo. Podemos así explorar las interacciones de la familia frente a esas significaciones, la

reconfiguración, resignificación y producción de sentido frente a las mismas, es decir profundizar en los procesos de *objetivación* (Tejera, 2010) que se dan en torno a la pantalla.

En tanto que la estrategia cuantitativa se coloca como una forma de conocer la composición de la oferta programática en la televisión mexicana a fin de precisar la estructura de la parrilla en señal abierta en términos de clasificación y contabilización de géneros predominantes, pues como se sabe las herramientas cuantitativas llevan a un conocimiento exacto del comportamiento de variables predeterminadas. Con esta perspectiva de uso combinado se pretende acercarse a un conocimiento desde diferentes métodos, pues además también se emplearon búsquedas documentales e históricas.

Por otro lado, hay que puntualizar que para definir con mayor claridad la estructura teórico-metodológica diseñada para cumplir con los objetivos de la investigación, se explica el modelo que se construyó ex profeso.

Se parte de que para abordar la relación cultura política-comunicación debe profundizarse en la *televidencia* para comprender el modo en que la práctica de ver televisión es parte importante en la construcción de la cultura política, ello no es una visión mediocéntrica, por el contrario asumimos que es necesario explorar el escenario de la *televidencia* para trazar las rutas que anteceden y proceden al acto de ver televisión, para mirar a los distintos procesos y escenarios que discurren en torno a las significaciones de lo político.

Por ello se proponen cuatro grandes dimensiones con sus respectivas categorías que a nivel estructural presuponen la articulación entre lo macrosociológico y lo microsociológico, en el escenario de la vida cotidiana.

1. *Política*: Se refiere específicamente a que todas las prácticas sociales se encuentran en un contexto de relaciones de poder y de conflicto. Contempla el hecho de que diversos actores buscan obtener el poder, legitimarse o cuestionarlo. Tiene una escala propiamente,
  - A. Política en cuanto lo que se plantea es la búsqueda del poder y la toma de decisiones en ese sentido. Esta escala opera a nivel macro e implica las categorías de
    - a. La atribución de significados dominantes
    - b. La hegemonía
    - c. La transmisión ideológica

2. *Institucional:* Como parte del orden social existen organizaciones con fines determinados. Los medios de comunicación son un organismo que tiene una presencia tecnológica, institucional y de canalización, en particular la televisión, a través de esta se vehiculan con amplitud y alcance contenidos a la audiencia-ciudadanía a fin de construir visiones del mundo en esta imperiosa necesidad de construir significaciones de ahí que tenga escalas:
  - A. Teleológica que se desprenda en la categoría de intereses político mercantiles, pues la ideología y la hegemonía buscan mantener la legitimidad del capitalismo.
  - B. Comunicativa en la que se observen las políticas de programación y la oferta programática en las que esa articulación de lo político con lo mercantil sea evidente.
  
3. *Social:* Tiene que ver con los sujetos sociales, esta dimensión se observa a nivel microsocioal, y contempla tres escalas
  - A. Contextual que considera la categoría del contexto donde se exploran las mediaciones de referencia como la clase social y la territorial como la ubicación espacial o geográfica para aproximarse a las mediaciones de que son objeto.
  - B. Interacción, esta escala intenta acercarse a revisar la interacción que los sujetos sociales tienen con distintas prácticas del poder,
    - a. Directas con las prácticas del Estado, con partidos políticos y funcionarios gubernamentales
    - B. Mediadas a través de la oferta mediática, aquí se busca acercarse a los modos de relación familiar, la interacción familiar con los contenidos en los hábitos de consumo de televisión, las pautas y uso del medio así como la concepción sobre la televisión y la configuración de *supertemas*.
  - C. Interpretativa que busca explorar los procesos de recepción, resignificación y
    - a. Producción de sentido que los sujetos hacen en torno a contenidos políticos. Esta producción de contenido pasa por las subcategorías de:
      - Conocimiento
      - Afecto
      - Evaluación
      - Resignificación

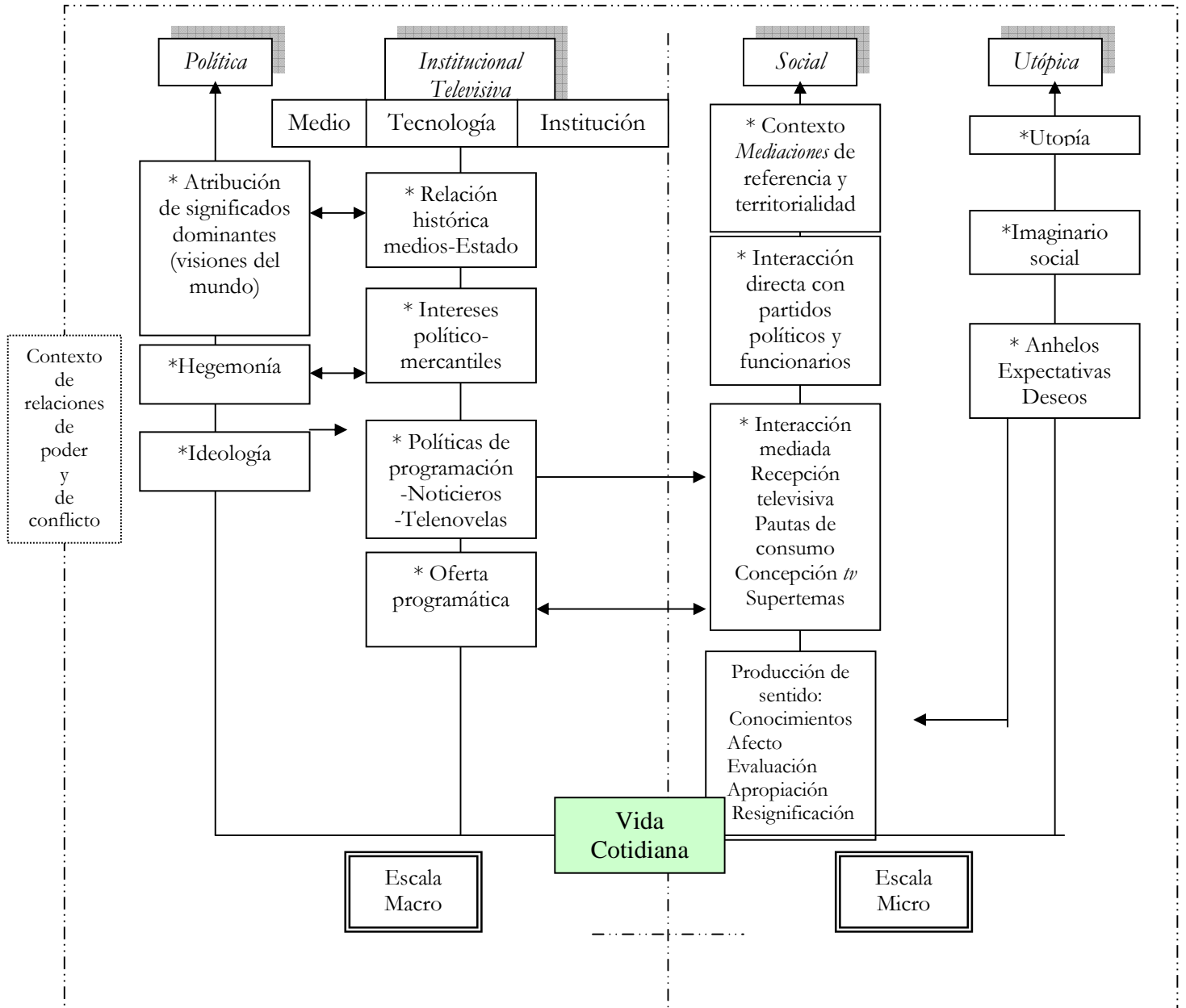
Se entiende que esta escala es clave dado que en la interacción de los sujetos con los contenidos políticos, los sujetos sociales acaban de conformarse como tales.

4. *Utópica*, esta dimensión tiene que ver con una escala
  - A. Subjetiva, que básicamente retoma elementos no objetivos en los que la audiencia recrea y reconfigura los hechos materiales con base a sus deseos y esperanzas, donde los sujetos sociales se trazan nuevos horizontes y posibles alternativas de vida. Se compone de las categorías de:
    - a. Utopía
    - b. Imaginario social
    - c. Anhelos, expectativas y deseos



La modelización teórica de esta propuesta es la siguiente:

### Cultura política y comunicación



Como parte de un acercamiento dialéctico es necesario revisar el proceso comunicativo tanto en los vínculos del emisor como del receptor a fin de observar como participan en el proceso de construcción de significados en torno al ejercicio del poder.

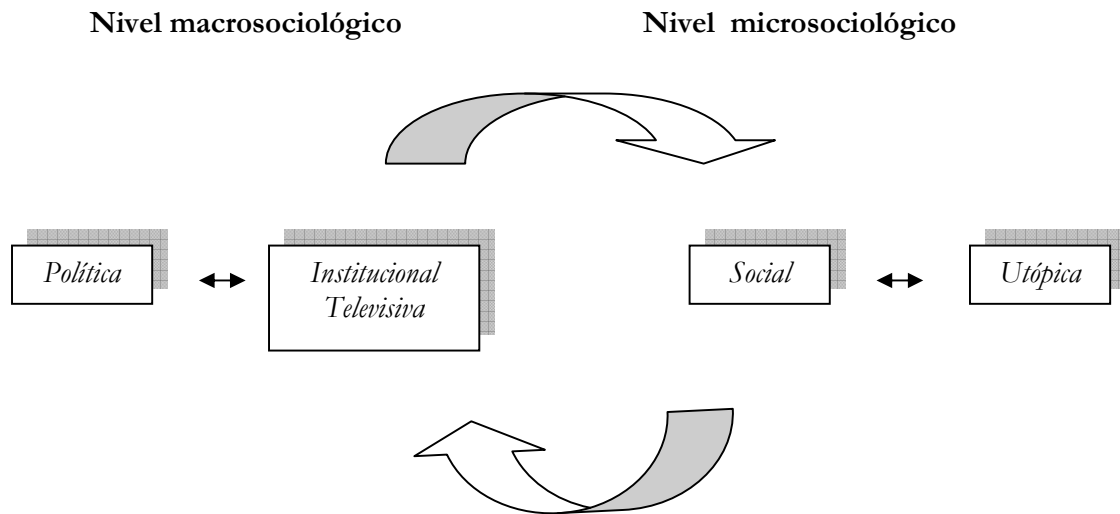
En el primero es necesario revisar su naturaleza política y económica, los lazos que históricamente se han creado entre las industrias culturales que producen los contenidos y el Estado mexicano para conocer las políticas de comunicación que se establecen en una oferta televisiva; y en la audiencia receptor los procesos mediante los cuales los contenidos televisivos se mezclan con una percepción de las prácticas políticas y el poder, objetivada en otros procesos vivenciales y contextuales inmediatos de la sociedad.

Esta parte tiene un peso importante en nuestra propuesta dado que el estudio de la recepción es un espacio de negociación entre los distintos mensajes que circulan en los medios y además permite ver como esta negociación está dada por otros procesos de objetivación y distintas mediaciones como las de clase y territorio, el contexto cultural.

A partir de los enfoques de *mediación* de Martín-Barbero (1987) se tomó el de la vida cotidiana y familiar como un conjunto de formas, condiciones y espacios desde los que los medios de comunicación son consumidos.

Como ya se ha dicho, el modelo teórico metodológico que proponemos contempla dos estrategias de investigación empírica que aunque se concentran en la dimensión institucional (análisis cuantitativo) y en la social (análisis cualitativo), nos permiten hacer el desplazamiento a la dimensión política que interactúa estrechamente con la institucional en la escala macro; y la penetración a la social nos lleva a un desplazamiento con la utópica, en la escala micro y que nos posibilita observar la articulación dialéctica entre la escala macrosociológica y la microsociológica.

Esquema de análisis empírico en las cuatro dimensiones:



El cuadro teórico-metodológico derivado de este proceso de abstracción es:

CUADRO 1. MODELO TEÓRICO-METODOLÓGICO CULTURA POLÍTICA Y COMUNICACIÓN

<i>Dimensión</i>	<i>Nivel</i>	<i>Escala</i>	<i>Categorías</i>	<i>Objeto de estudio</i>	<i>Metodología y técnica</i>
Política	Macro	Política	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atribución de significados</li> <li>• Hegemonía</li> <li>• Ideología</li> </ul>	Emisor	Documental <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fuentes históricas</li> <li>• Relación medios-Estado</li> </ul>
Institucional Televisiva	Macro	Teleológica  Comunicativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intereses político-mercantiles</li> <li>• Política (Políticas de programación)</li> <li>• Oferta Programática</li> </ul>	Emisor	Documental Cuantitativa <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuantificación de títulos, géneros y macrogéneros</li> <li>• Análisis de contenido*</li> </ul> Cualitativa* <ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de discurso*</li> </ul>

\* Idealmente sería necesario realizar un análisis de contenido<sup>96</sup> y de discurso<sup>97</sup> sobre géneros específicos como los noticieros y telenovelas para tener mayores elementos de análisis. Por tiempo y recursos, no se realizó.

<sup>96</sup> El *análisis de contenido* es una técnica de investigación que permite la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación (Berelson, 1952).

<sup>97</sup> Teun Van Dijk (1997) define al *análisis del discurso* como un planteamiento especial dedicado a estudiar los textos y el habla que emerge de la crítica lingüística, de la crítica semiótica y en general del modo sociopolítico consciente y opositor en que se investiga el lenguaje, el discurso y la

<i>Dimensión</i>	<i>Nivel</i>	<i>Escala</i>	<i>Categorías</i>	<i>Objeto de estudio</i>	<i>Metodología y técnica</i>
Social	Micro	Referencia  Interacción  Interpretativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contexto</li> <li>• Interacción directa</li> <li>• Interacción mediada</li> <li>• Producción de sentido Conocimiento Afecto Evaluación Apropiación Resignificación</li> </ul>	Recepción	Cualitativa <ul style="list-style-type: none"> <li>• Etnografía</li> <li>• Entrevistas en profundidad</li> </ul>
Utópica	Micro	Subjetiva	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utopía</li> <li>• Imaginario sociales</li> <li>• Anhelos, deseos, expectativas</li> </ul>	Sujetos sociales Familia	Cualitativa <ul style="list-style-type: none"> <li>• Etnografía</li> <li>• Entrevistas en profundidad</li> </ul>

De acuerdo a este modelo, en el siguiente capítulo se analizarán los resultados que se derivaron de la fase empírica de nuestra investigación en dos partes la que tiene que ver con el emisor y su oferta programática la cual forma parte de un sistema de comunicación definido estructural e ideológicamente, pues carece de una proximidad necesaria con el debate público en una sociedad. Por el otro lado se presentan los resultados de la investigación con el receptor, ahí se verá como estas familias participan en distintos procesos vinculatorios entre su vida cotidiana, las redes sociales, los contenidos mediáticos y su propia experiencia en torno a las instituciones públicas y actores políticos.

---

comunicación. El principal objetivo del *análisis del discurso* consiste en producir descripciones explícitas y sistemáticas del discurso.

#### **CAPÍTULO IV. ESTUDIO DE CASO. HALLAZGOS Y RESULTADOS DE LA APROXIMACION AL ESTUDIO DE LA OFERTA Y RECEPCIÓN TELEVISIVA CON FAMILIAS POBRES EN LA CIUDAD DE MÉXICO**

Los medios de comunicación, como industrias, se han constituido como actores políticos con sus propios intereses y estrategias para incidir en las políticas públicas, tanto en presiones o cabildos en momentos de determinaciones y regulaciones normativas, como en la definición de las directrices de comunicación centradas en el entretenimiento. Los medios forman parte de grandes conglomerados que nutren las inversiones, los empleos, la planta productiva, que definen las relaciones de producción. Son parte de un poder económico que implica un poder político y simbólico, inciden en la estructura del poder, tienen una estrecha relación con el Estado, histórica, donde al poseer concesiones para utilizar el espectroradioeléctrico, tienen una salida a su visión del mundo, ahí radica este poder simbólico.

En esa lógica son parte de las fuentes de percepciones en torno a lo político. A través de su oferta programática y contenidos, históricamente han enfatizado el entretenimiento soslayando la importancia del análisis de la información, la profundización, el contexto y discusión de los temas de interés público, e incluso de la construcción de la memoria colectiva como sociedad. En México los escasos contenidos políticos y críticas al sistema formaron parte de un pacto (Toussaint, 1998, Sosa Plata, 2009) que asumieran los gobiernos posrevolucionarios con los concesionarios de la radiodifusión mexicana en los inicios de la televisión en México.

Tradicionalmente la sociedad mexicana ha sido únicamente testigo en la definición de las políticas públicas de comunicación, de las escasas regulaciones y de la definición de los flujos informativos, no obstante, el ámbito privado de las familias mexicanas se constituye un espacio activo en el que los contenidos que se transmiten en la televisión mexicana se convierten en elementos interactuantes con distintos procesos de socialización, sobre todo los provenientes de noticieros y las telenovelas. De acuerdo a nuestra investigación, los primeros son vistos como aquellos espacios en los que la sociedad mexicana se entera y conoce algunos aspectos de las prácticas en torno al ejercicio del poder, una ventana para conocer las formas de hacer política y una fuente de monitoreo para esperar cambios y avances con la promesa de la democracia. A nivel de hipótesis se postuló que las telenovelas catalizan las utopías e imaginarios sociales en torno al ideal de felicidad en una sociedad

claramente dividida en estamentos sociales, estos formatos reproducen la división de clases y al imbricarse con las matrices culturales de la sociedad dan significado a una visión del mundo. A pesar de no encontrarse evidencia empírica mayor que permitiera afirmar esto con énfasis, debe señalarse que como se verá más adelante, las telenovelas ofrecen a nuestro grupo observable, materia prima para enfrentarse a su vida diaria, elementos de referencia y relación social que les lleva a repensar la institucionalidad del Estado.

El estudio de la estructura mediática en la perspectiva de la Economía Política, articulándose con el de la recepción de estos formatos televisivos, noticieros y telenovelas, de familias pobres en la Ciudad de México; se vuelve clave para entender la relación entre la comunicación y la cultura política.

Este capítulo da cuenta de los resultados del trabajo empírico planteado en dos partes centrales, la primera tuvo como objetivo estudiar, desde el punto de vista de la comunicación, al emisor como actor político al establecer la relación entre la televisión como industria cultural y el sistema político mexicano en la perspectiva de la Economía Política, en tanto se entiende tal perspectiva como el estudio de las relaciones sociales, particularmente las relaciones de poder, que mutuamente constituyen la producción, distribución y consumo de recursos, incluidos los recursos de comunicación (Mosco, 2006).

Ello con el fin de entender como los contenidos de la televisión tienen una función ideológica en un contexto determinado como es el de la Ciudad de México, la importancia de ésta como centro de producción de los contenidos para toda la República, y cómo estos forman parte de los procesos de construcción de la cultura política de nuestro grupo social observado, pues como se describe más adelante, los grandes medios de comunicación en México son parte de la élite económica del país e históricamente han tenido una relación estrecha con el Estado.

La perspectiva que traza esta idea se concentra en que, como señalan Murdock y Golding, (1986), es necesario entender las circunstancias que rodean a la producción y distribución de los productos simbólicos, el contexto en el que se elaboran y distribuyen los productos de la cultura: el modo de producción capitalista y el libre mercado.

Para ello se analizan los vínculos entre los sistemas de comunicación televisivos y el sistema político para así revisar la oferta programática y establecer como se constituye una política de comunicación en la televisión mexicana cuyo centro geográfico de producción ideológica es la Ciudad de México, que prioriza el aspecto mercadológico sujeto al rating.

La segunda parte constituye el estudio del receptor, mismo que a partir de un trabajo de campo realizado en los meses de julio y agosto del 2009, mediante una aproximación cualitativa, penetra al centro de las prácticas de recepción televisiva con familias pobres que habitan en una zona irregular en la Ciudad de México, y que tienen como principal rasgo pobreza patrimonial pues carecen de vivienda, constituyéndose que su condición de clase y ubicación geográfica son dos importantes *mediaciones* en el proceso de recepción, pues en un proceso dialéctico esas condiciones materiales son parte de procesos más amplios que definen el *habitus* de nuestro grupo observable y se constituyen parte de la construcción de su cultura política.

#### **4.1 ESTUDIO DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN Y OFERTA PROGRAMÁTICA**

##### **4.1.1 Las políticas de comunicación y los emisores**

En esta primera parte se busca por un lado contextualizar los ámbitos en que se elaboran y distribuyen los contenidos mediáticos en México, para ello se analiza la oferta cultural de la televisión mexicana desde sus distintos emisores, a fin de describir las posibilidades de elección en el consumo y recepción que tienen las familias mexicanas en la Ciudad de México<sup>98</sup>, particularmente las pobres. Ello tiene gran importancia en el marco de la perspectiva de la economía política pues las condiciones de clase social definen de forma importante el consumo cultural y con ello el acceso a marcos de referencia específicos (Murdock y Golding, 1986) (Golding y Murdock, 1990).

Mosco (2006) señala que el acceso a los medios masivos y las nuevas tecnologías de la comunicación está influenciado por las desigualdades en el ingreso y la riqueza, que permiten que algunos puedan acceder y otros queden fuera.

---

<sup>98</sup> Cabe decir que este análisis resulta pertinente dado que de acuerdo con Hernández Lomelí y Orozco Gómez (2007) en el periodo inicial de la televisión mexicana se adoptó un régimen comercial en el que había que atraer a las audiencias con entretenimiento para despertar el interés de los publicistas. La idea era que a partir de ello la televisión se expandiría al resto del país bajo un *modelo centrífugo* en el que la Ciudad de México sería el centro irradiador de la industria; en la capital del país se concentraría la infraestructura de programación y su comercialización, y el resto del país sería un conjunto de centros repetidores, pasivos, sólo importante en su función de consumidores potenciales de mercancías anunciadas por la televisión (117-118).

Para iniciar hay que decir que en la Ciudad de México se da la concentración de la producción de contenidos para la televisión (TV) abierta para todo el país<sup>99</sup>, ello se explica a partir de dos razones, una de carácter estructural en términos económicos, pues responde a la configuración de las economías globales y la sociedad informacional emergente que concentran en las grandes ciudades el control de los medios de comunicación (Castells, 1999); y otra de tipo político, pues la génesis del sistema mediático actual se ligó al desarrollo del sistema político mexicano de la posrevolución en la década de los cuarenta y cincuenta en el siglo pasado, en una relación simbiótica en donde el poder político se concentraba en la capital. Esta relación se analiza desde la perspectiva de la economía política a fin de llevar el análisis a una dimensión de relación entre poder político y económico.

El llamado “sector audiovisual televisivo” de la industria cultural mexicana se ha caracterizado desde sus inicios por tres rasgos:

1. Estar altamente concentrado, impidiendo el acceso de otros actores-emisores (Toussaint, 1998), (Gómez, 2008, 2009) y con ello, limitar la pluralidad de discursos.
2. Estar estrechamente ligado al sistema político mexicano (Mejía Barquera, 1989); (Toussaint, 1998); (Sosa Plata, 2009); (Orozco, 2000), (Hernández y Orozco, 2007).
3. Priorizar contenidos de entretenimiento sobre lo informativo y cultural, ya sea provenientes del mercado norteamericano o de manufactura nacional, sobre todo con la ficción.

Históricamente en México las políticas de comunicación han favorecido a los consorcios mediáticos (Televisa y Televisión Azteca) permitiéndoles una clara concentración en las distintas ramas de las industrias audiovisuales, y su control sobre el mercado de la publicidad (Gómez, 2008, 2009), una de ellas ha sido la escasa regulación de ese sector por parte del Estado.

Desde el inicio y expansión del sector, el Estado no definió un marco jurídico que estableciera las normas de competencia, posibilidades de expansión y funciones sociales de

---

<sup>99</sup> Cabe decir que este análisis resulta pertinente dado que, de acuerdo con Hernández Lomelí y Orozco Gómez (2007: 117-118), en el periodo inicial de la televisión mexicana se adoptó un régimen comercial en el que había que atraer a las audiencias con entretenimiento para despertar el interés de los publicistas. La idea era que a partir de ello la televisión se expandiría al resto del país bajo un *modelo centrífugo* en el que la Ciudad de México sería el centro irradiador de la industria; en la capital del país se concentraría la infraestructura de programación y su comercialización, y el resto del país sería un conjunto de centros repetidores, pasivos, sólo importante en su función de consumidores potenciales de mercancías anunciadas por la televisión.



los medios. No se consideró necesario un proceso regulatorio, pues a pesar de que desde principios del siglo pasado los medios de comunicación se establecen como industrias —el cine llega a México a principios del siglo XX, la radio un par de décadas después y la televisión en los cincuentas—, la primera Ley de Radio y Televisión se establece hasta 1960,<sup>100</sup> y es a partir de los noventa que se comienza a definir leyes y reglamentaciones en materia de telecomunicaciones, sobre todo porque la convergencia tecnológica obligó a revisar el estado del sector. Durante este periodo se observó la implementación de normativas en esa materia “caracterizadas por una clara vocación neoliberal que se traduce en un repliegue del Estado en la participación directa en el sector para convertirse, en el mejor de los casos, en un árbitro del mismo” (Gómez, 2009: 78). Por su parte, la industria de la televisión se ha negado a distintas formas de regulación, sobre todo a aquellas que implican la entrada de otros emisores. La llamada “Ley Televisa” constituye un intento de las televisoras por evitar el acceso de la competencia a partir de los procesos de regulación en el contexto digital. El proceso de digitalización planeado para arrancar en 2010, posibilitaría la apertura de espacio en el espectro radioeléctrico para otros emisores, no obstante las televisoras han estado siempre renuentes a esa posibilidad.<sup>101</sup>

Se observa entonces falta de claridad del Estado en la materia, pues a pesar de que en las tres administraciones previas a la de Felipe Calderón se había observado una continuidad para reglamentar la industria audiovisual (Gómez, 2008), los esfuerzos respondieron más bien a cimentar el proyecto neoliberal que iniciara Carlos Salinas de Gortari<sup>102</sup>, y sus objetivos no se centraron en fortalecer a la industria cultural como motor del desarrollo social ni de ampliar las posibilidades del acceso ciudadano a los medios.

Distintos autores coinciden en que la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en 1994, modificó, en términos económicos, la relación de la cultura con la

---

<sup>100</sup> Se reglamenta por primera vez en 1973 y se reforma dicho reglamento en 2002. La propia ley se modifica y aprueba en 2006 junto con la de telecomunicaciones, y se conoce como la “Ley Televisa”. No obstante, a partir de la controversia constitucional presentada por 47 senadores en mayo de ese mismo año ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN), por considerar que la nueva normatividad en materia de radio, televisión y telecomunicaciones violaba abiertamente la Carta Magna del país (*El Universal*, 8 de mayo, 2007), es declarada como inconstitucional en algunas de sus disposiciones, aún queda pendiente su nueva discusión.

<sup>101</sup> En 2006 por ejemplo, tanto Televisa como TV Azteca implementaron una campaña contra Isaac Saba y su negocio de distribución de productos farmacéuticos, quien en alianza con General Electric había anunciado su interés por obtener la concesión de una señal, fue desechada la posibilidad meses después.

<sup>102</sup> Aunque algunos autores consideran que este proceso inició con Miguel de la Madrid (1982-1988) a partir de la privatización de los medios del Estado (Crovi, 2000, Martínez, García y Menchaca, 2007).

sociedad al impactar como una área clave a los medios de comunicación (Crovi, 2000; Esteinou, 2000; Martínez, García y Menchaca, 2007). Javier Esteinou (2000) sostiene que una transformación derivada de ello es que la cultura estaría determinada por el mercado.

El crecimiento del sector audiovisual tuvo su empuje principalmente en el periodo de Carlos Salinas de Gortari<sup>103</sup>. El caso de Televisa es emblemático pues actualmente se encuentra entre las cinco empresas más grandes de Iberoamérica.<sup>104</sup> La estructura de propiedad de los medios en América Latina está influenciada por el modelo norteamericano comercial y sus patrones de expansión son muy centralizados y urbanos, porque dependen de la publicidad (Fiol, 2001). La inversión publicitaria anual en medios se concentra, entre un 55% y 60%, en la televisión, principalmente la abierta.<sup>105</sup>

El modelo económico mexicano fundamentalmente ha buscado la liberalización de bienes y servicios así como la inserción en los mercados globales y este proceso de modernización sin duda ha repercutido en la oferta que la televisión hace a la sociedad, dado que el Estado permite que las propias fuerzas del mercado regulen la dinámica de las empresas a partir de la libre competencia, y ella se oriente a ofrecer contenidos ampliamente aceptados por las audiencias. Toussaint (1998: 173) lo planteaba así a partir de un amplio estudio sobre la televisión en México, a finales de la década de los ochentas: “El desarrollo de la industria cultural en México y Estados Unidos tiene un mismo propósito: convertir el entretenimiento y la información para las masas, en negocio. Maximizar las ganancias todo lo posible y reducir poco a poco las opciones que el público tiene de disfrutar programas realmente diferenciados. El resultado es una industria concentrada, oligopólica y de alcance internacional”.

La televisión mexicana ha estado definida desde sus inicios por un modelo comercial, a diferencia de los sistemas de televisión europeos donde el Estado asumió, en sus orígenes, el

---

<sup>103</sup> Con el proceso de crecimiento, tecnificación y concentración en América Latina, se consolidaron la mexicana Televisa, la brasileña Rede Globo y el grupo argentino Clarín, como corporaciones multimedios monopólicas (casi duopólica en el caso argentino) en sus mercados nacionales, que participan con distintos socios corporativos internacionales en las telecomunicaciones subcontinentales y están en la primera línea de la convergencia tecnológica.

<sup>104</sup> En un estudio sobre la industria audiovisual iberoamericana (Latinoamérica, más España y Portugal), se muestra que cinco empresas concentraban casi el 90% de las exportaciones de cine, video y televisión: Televisa, Rede Globo, Venevisión, Radio Caracas TV y RTVE (Radio-Televisión Española) (Sánchez Ruiz, 2007).

<sup>105</sup> La televisión, al menos en México, mantiene su liderazgo una vez más, al captar el 55.98% de la inversión publicitaria durante 2008, con 52 mil 211 millones de pesos. Véase *Merca2.0*, revista digital, disponible en línea en: <http://www.merca20.com/inversion-en-medios-2008-la-guerra-de-los-monitores/>; consultada en mayo de 2009.

control de la radiodifusión. En esa región, las privatizaciones comienzan en la década de los ochentas, no obstante los gobiernos europeos conservaron buena parte de las señales y en países como Francia, Austria, Holanda e Inglaterra los sistemas de radiodifusión públicos son ampliamente sintonizados por la sociedad y gozan de gran prestigio.

El consumo televisivo en México es alto, según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2008) más de 95% de los mexicanos acostumbra ver televisión y más de 87% acostumbra oír la radio.<sup>106</sup> El desarrollo de las industrias culturales en México ha ido aparejada a las políticas públicas de radiodifusión del Estado (en particular el otorgamiento y refrendo de concesiones, impuestos, etcétera) y los vínculos políticos del gobierno desde el surgimiento de la industria y su consolidación durante el periodo de 1972 a 1985 (Toussaint, 1998). Televisa y Televisión Azteca acaparan la atención de las audiencias y la participación en el mercado sobre todo con programas de entretenimiento. Las telenovelas<sup>107</sup> de Televisa llegan a obtener alrededor de 30 y 40<sup>108</sup> puntos de *rating* frente 4.8 que logra el programa de Canal 11 “Aquí nos tocó vivir” de Cristina Pacheco, como el más visto de los canales públicos, según el reporte publicado del Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE-AGB) en México en octubre de 2008.<sup>109</sup> En la lógica de mercado, los contenidos se convierten en formatos para el entretenimiento como la función que se prioriza en la televisión y que más “vende”. Así, el sistema de medios comercial-privados se ha expandido notablemente hasta convertirse en el patrón dominante, lo que se define como el modelo de comunicación-mercado (Esteinou, 2000 y 2003).

Como afirma Lozano (2005), los conglomerados de televisión, como Televisa y TV Azteca son libres de producir cualquier porcentaje que quieran, y no hay políticas ni iniciativas que los obliguen a comprar programación de fuentes nacionales independientes. Sólo el Canal 22

---

<sup>106</sup> Por su parte, CONACULTA (2010) registró que el 90% de los mexicanos acostumbra ver televisión y 76 % acostumbra oír la radio. De acuerdo a esa investigación el tiempo dedicado a estos medios es significativo: casi la mitad de los encuestados (48.9%) ve entre dos y cuatro horas al día la televisión y más de la tercera parte (35.3%) escucha entre dos y cuatro horas diarias de radio.

<sup>107</sup> El final de la telenovela “Amor Real” alcanzó en México un *rating* de 41.72 puntos de audiencia y “La Fea más Bella”, versión mexicana de la original colombiana “Bety la Fea”, nombre registró el máximo de 43 puntos durante sus tres horas al aire en horario estelar en domingo.

<sup>108</sup> El *rating* indica el porcentaje de hogares o televidentes con la TV encendida en un canal, programa, día y hora específicos (o promediando minutos y fechas), en relación al total de TV hogares o televidentes considerados, según IBOPE/AGB Documento disponible en línea en: <http://www.ibope.com.mx/>. Consultado en abril de 2007.

<sup>109</sup> *Ratings* TV IBOPE/AGB, octubre de 2008. Documento disponible en línea en: <http://www.terra.com.mx/articulo.aspx?articuloId=762311>. IBOPE/AGB México reporta un resumen de *ratings* en hogares basado en una muestra representativa de 600 telehogares del área metropolitana de la Ciudad de México (AMCM), que incluye las 16 delegaciones y 30 municipios conurbados.

hace una convocatoria anualmente, desde hace cinco años, para productoras independientes a fin de incorporar nuevas temáticas y producción de otras voces a su parrilla.

El papel de las televisoras públicas es fundamental en este entorno, pues sus objetivos responden más bien al desarrollo cultural. Valerio Fuenzalida (2000) considera que la TV pública no puede regirse por sus criterios de origen: como educadora en sentido iluminista; propagandista de las ideologías de gobierno o las razones de Estado; paternalista en sus mensajes; poco atractiva para la audiencia y, por lo mismo, inviable en su autofinanciamiento; poco competitiva en un mercado audiovisual cada vez más diversificado; impermeable a los cambios de sensibilidad que se van produciendo en el avance vertiginoso de la modernidad; jerárquica en su visión de la cultura. Para ese autor (Fuenzalida, 2004) la TV Pública latinoamericana en lugar de organizarse como un servicio del Estado ha sido jurídicamente constituida y operada como canales gubernamentales, propagandísticos de los caudillos y gobiernos militares o civiles de turno.

#### **4.1.2 La relación del sistema político con el sistema mediático**

Desde el inicio, el sistema mediático mexicano ha tenido un estrecho vínculo con el Estado, su crecimiento emana de ello (Mejía Barquera, 1989); (Toussaint, 1998); (Sosa Plata, 2009), (Orozco, 2000, 2007), y posee una génesis memorial. La historia de la televisión mexicana es larga y compleja, y ha sido revisada antes con detalle y precisión,<sup>110</sup> aquí sólo se esbozarán, sin exhaustividad, algunos momentos históricos que permiten encontrar las claves para entender las políticas de comunicación en las que, desde el punto de vista político, el Estado ha limitado su participación dejando el papel ideológico en términos pragmáticos, a los radiodifusores a conveniencia mutua.

Como se sabe, en 1947 el presidente Miguel Alemán encargó a Salvador Novo y Guillermo González Camarena visitar Estados Unidos, Inglaterra y Francia para definir el modelo que habría de adoptar la televisión mexicana. En 1948 Novo y González Camarena elaboraron un informe de su viaje en el que se describían los sistemas imperantes, el público y el comercial, finalmente el gobierno se decidió por el norteamericano. Ello concretó la política en comunicación que se adoptaría en los años subsecuentes, por un lado, el uso del espectro radioeléctrico con fines comerciales, es decir, la transmisión de programación centrada en el entretenimiento, cuyo eje es la competitividad programática para atraer inversión publicitaria;

---

<sup>110</sup> Véanse Toussaint (1998); Mejía Barquera (1989); Bohmann (1986), Fernández Christlieb (1982).

y por el otro, la vinculación sistemática del Estado con los dueños de los consorcios televisivos.<sup>111</sup> Ese episodio de la historia política de la televisión mexicana constituiría la base para la relación medios-Estado, establecida a partir de dos rasgos muy definidos:

- Para el caso de las televisoras privadas, con escaso contenido político, y cuando lo hay, acrítico al sistema, con mayor énfasis a los géneros de entretenimiento a cambio de facilidades de expansión, ventajas fiscales, y lo que puede implicar la discrecionalidad para la asignación de concesiones.
- Para el caso de las emisoras públicas, como una tribuna para la información gubernamental, como un espacio de propaganda, cubriendo a la vez sin mucho apremio la necesidad de “elevar el nivel cultural de los mexicanos” como es la premisa de los canales públicos (Toussaint, 2009).

Alejandro Rosas (2006),<sup>112</sup> considera que la televisión llegó a México en el momento en que el sistema político mexicano alcanzaba su consolidación; se desarrolló bajo su dinámica de poder y sutilmente, casi de manera imperceptible, se convirtió en cómplice fiel del autoritarismo a través de un mecanismo con dos caras: entretenimiento para la sociedad y apoyo para el sistema a través de la autocensura. Como todo monopolio, la televisión sufrió los estragos de falta de competencia y su programación se inclinó básicamente por mantener la línea del entretenimiento, mezclada con información de noticieros donde se consignaba un México progresista, estable, unido y desarrollado que sólo existía en la imaginación de personajes del sistema político mexicano. Hernández Lomelí y Orozco (2007: 23-24) señalan que

Es ingenuo pensar que la hegemonía en este país de un sólo partido, el PRI, por más de 70 años, haya sido posible sin el apoyo de ese particular tipo de televisión orquestado por Televisa y más recientemente por TV Azteca [...]. En México, PRI y televisión fueron dos caras de una misma moneda a lo largo de más de 50 años,

---

<sup>111</sup> Guillermo Orozco (2000) ha señalado que el presidente Alemán se decidió por un sistema de televisión concesionado a un grupo de empresarios, del cual, después se supo, él fue uno de los principales accionistas.

<sup>112</sup> Esta cita resulta trascendente dado que proviene de la sección “¿Sabías que...?” en la página *web* de la Presidencia de la República cuando Vicente Fox era el titular del Ejecutivo federal, lo que puede constituir una legitimación oficial de una visión crítica de la génesis de la televisión y su vinculación con el Estado mexicano. Documento disponible en línea en: <http://fox.presidencia.gob.mx/mexico/sabiasque/?contenido=23101&pagina=3>. Recuperado en diciembre de 2008.

desde antes del inicio formal de la televisión en 1950 hasta la así llamada “alternancia política” mexicana en el año 2000.

La programación que Televisa ha producido durante cincuenta años, se ha enlazado de una manera muy clara en el gusto de la audiencia mexicana, esta empresa pareciera haber encontrado una fórmula perfecta<sup>113</sup> entre el uso social de la televisión a partir del escaso capital cultural de la misma, y las necesidades del sistema político mexicano casi perpetuado.<sup>114</sup> A cambio del apoyo gubernamental en términos de concesiones y exenciones para estimular la expansión de Televisa<sup>115</sup>, el gobierno recibió de ella todo el espacio para promoverse en propio discurso y en uno construido por la televisora a partir del manejo informativo y una parrilla programática carente de contextualización, profundización, análisis y amplio espacio para el entretenimiento.

En los noventas, el sistema televisivo nacional sufrió una reestructuración derivada de los cambios políticos y económicos que el país enfrentaba (Gómez, 2009), se configuraron nuevas condiciones de competencia. Básicamente se observaron tres factores vinculados entre sí:

- La política de neoliberalización implementada por Carlos Salinas, que impactó al sector audiovisual al descentralizar al Instituto Mexicano de Televisión (IMEVISION), lo que implicó la entrada de Televisión Azteca en la férrea competencia del uso del espectro radioeléctrico.

---

<sup>113</sup> Según su reporte trimestral de este año, Grupo Televisa tuvo una destacada audiencia en I, II, III/09, en horario estelar de lunes a viernes, que alcanzó 73.8% contra 72.8% que se reportó en el mismo trimestre del 2008. Las producciones *Atrévete a Soñar* y *Mañana es para siempre* presentan un porcentaje de nivel de audiencia, de 43.8% y 44.1% respectivamente. Entre los 25 programas *top* de TV abierta en todos los horarios a nivel nacional, 21 son transmitidos por Televisa. Entre los 20 programas *top* de TV de paga, ocho son producidos y distribuidos por Televisa. Fuente: Boletín de la revista *Neo* recuperado en línea de <http://www.terra.com.mx/articulo.aspx?articuloid=822760>, mayo del 2009.

<sup>114</sup> Emilio Azcárraga Milmo habría señalado que “México es un país de una clase modesta, muy jodida... que no va a salir de jodida. Para la televisión es una obligación llevar diversión a esa gente y sacarla de su triste realidad y de su futuro difícil”. En otro momento de la consolidación de la empresa, el mismo Azcárraga Milmo había afirmado su lealtad al sistema, considerándose “un soldado del PRI”. En Gerardo de Albarrán de Alba, “Televisa, cómplice del poder establecido en el retraso político del país”, en *Proceso*, semanario de información y análisis, núm. 1068, 19 de abril de 1997, México.

<sup>115</sup> A partir de una minuciosa revisión documental en el Archivo General de la Nación (AGN), Mejía Barquera (1989) ha documentado la asignación de concesiones de diversos canales a Televisa en distintos momentos, mismas que se realizaron la mayoría de las ocasiones de manera discrecional.

- La muerte de Azcárraga Milmo en 1997, empresario a la vieja usanza, orientaba sus esfuerzos mercadológicos a mercados masivos, y como se mencionó antes, con una alta fidelidad al sistema político.
- La nueva composición política con el crecimiento de la oposición en los espacios de poder político, en particular el triunfo de Cuauhtémoc Cárdenas del PRD como primer jefe de Gobierno de la Ciudad de México (1997).

Este último aspecto ha impactado de forma importante a la empresa, pues el ascenso de la oposición en varios estados, que se consolidaría con el triunfo de Vicente Fox en el 2000, prácticamente careció de apoyo de Televisa, y sólo en la recta final de las campañas presidenciales de ese año fue posible ver a ese candidato en un mayor número de espacios que los que habitualmente se daban a candidato opositor alguno.

#### **4.1.3 Los emisores en la Ciudad de México y su relación con el Estado**

El caso de Televisa resulta emblemático para tomar como referente en el análisis de la televisión mexicana, no sólo porque en ella se gestó el modelo de entretenimiento televisivo imperante en México, sino porque en la actualidad es la mayor compañía de medios en habla hispana del mundo, su expansión ha sido completamente diversificada, no sólo en el sector audiovisual pues ha tendido hacia la integración vertical de su operación en el negocio del entretenimiento.

En 1949 los O'Farrill compraron su primer equipo a la Radio Corporation of America (RCA), y obtuvieron el primer permiso para la transmisión masiva de televisión (Corona, 1993). El primer canal fue el 4; se instauraba el primer canal de televisión en América Latina, en 1950 se transmitió por primera vez y como inauguración de las primeras señales captadas en el ámbito doméstico, el informe de gobierno de Miguel Alemán. Este particular lanzamiento televisivo inauguró frente a la audiencia la mancuerna gobierno-televisión (Orozco, 2002).

En 1951 se le otorgó la concesión del canal 2 a Emilio Azcárraga Vidaurreta, quien poseía la estación radiofónica XEW y desde ahí trasladó el modelo de entretenimiento y espectacularización a la televisión. En 1952 Guillermo González Camarena recibió la concesión para operar el canal 5. En 1955 estos tres empresarios se unieron y formaron la empresa Telesistema Mexicano. Para 1958 se otorgó la concesión del canal 8 al Grupo Monterrey con Televisión Independiente que tras confrontaciones con el gobierno de Luis

Echeverría, se debilitó fusionándose con Telesistema Mexicano, consolidando en 1973 a la empresa Televisa, que tendría el monopolio del mercado por veinte 20 años. Durante muchos años esa empresa no tendría competencia alguna y reproduciría siempre la versión oficial en cada hecho histórico.

Actualmente esta compañía ha diversificado su negocio, de la radiodifusión se ha expandido a otras áreas de producción cultural, cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores y es parte de los grupos de poder en el país.

CUADRO 2. ESTRUCTURA Y COMPOSICIÓN DE GRUPO TELEVISIA, S.A.  
COTIZACIÓN EN LA BOLSA MEXICANA DE VALORES (BMV) Y EN NEW YORK STOCK  
EXCHANGE DE NUEVA YORK (NYSE: TV)

Rubro	Compañías
Televisión de paga	Sky, Cablevisión (ofrece servicios de triple play (voz, datos, imágenes) y Televisa Networks
Televisión internacional	Posee el 40% de participación accionarial en La Sexta, un canal de televisión abierta en España.
Radio	Con la fusión de Televisa Radio, Grupo PRISA (Promotora de Informaciones, Sociedad Anónima) y Grupo Radorama, son 81 radiodifusoras
Cine	Videocine, Televisión*, Coyoacán filmes* y la distribución de Warner BROS, New Line Cinema y Metro Goldwin Mayer (MGM)
Video	Televisa Home Entertainment
Internet	Esmás y Esmás móvil
Doblajes*	Empresa de servicios de doblajes para programas televisivos y de películas.* AudioMaster 3000, el año pasado fue absorbida por Candiani Doblajes
Traducción	Televisa Estudios traduce sus telenovelas a 27 idiomas y comercializa la programación de la empresa en 109 países
Fútbol	Clubes América, Necaxa, San Luis y el Estadio Azteca
Editorial	Editorial Televisa (la mayor editorial de revistas en español) e Intermex
Música	Comercialización de marcas y licencias
Apuestas	PlayCity y Multijuegos
Asociaciones	Univision, TuTV, La Sexta, EMI Music, OCESA, Más Fondos y Volaris
Visat*	Empresa dedicada a la comercialización de licencias de programación*
Boletaje para eventos de entretenimiento en vivo	TicketAcces. En alianza con Bank Note Corporation

Fuente: Elaboración propia con base en información del portal de Televisa, información recuperada en julio de 2008, disponible en línea en: <http://www.televisa.com/>; Servicio informativo de Esmas.com, disponible en [http://www.esmas.com/televisa/images/upload/TA\\_esp.pdf](http://www.esmas.com/televisa/images/upload/TA_esp.pdf); “Grupo Televisa forma empresa de boletaje para eventos de entretenimiento en vivo”, *El periódico de México* 09 de febrero, 2008, y de \*(Gómez, 2009: 83).



Su penetración basada en un modelo centrado en el entretenimiento, es tal que las televisoras regionales, tanto las privadas como las permisionadas y/o estatales no han logrado consolidar proyectos de televisión claros. Algunas televisoras estatales-públicas definen sus parrillas con una mezcla de programación cultural y educativa, con formatos de entretenimiento a fin de atraer a las audiencias, no obstante hay casos en que se busca copiar el modelo de Televisa y la televisora pierde identidad (Pareja, 2009b).

El caso de Televisa es un buen ejemplo regional de las tendencias de concentración internacional derivadas de la globalización.<sup>116</sup>

*El Canal 11*, por su parte posee una penetración en términos de *ratings* de no más de 4 puntos de acuerdo con IBOPE-AGB. Surgió en 1958 cuando se otorga una frecuencia al Instituto Politécnico Nacional (IPN). Este canal fue el primero en ser considerado como cultural y educativo de Hispanoamérica, e incluso en ser denominado público.<sup>117</sup> Uno de los grandes logros de esta televisora y algunas otras de las llamadas públicas en el país, ha sido la producción de contenidos que responden a los objetivos de reforzar las identidades locales, visibilizar la diversidad de las expresiones culturales, necesaria en un país con más de 40 grupos étnicos; así como fomentar la participación de la sociedad en la toma de decisiones. Funcionó durante muchos años con serios problemas de presupuesto y dificultades de transmisión. Tiene aún el gran pendiente de lograr una independencia editorial completa, pues se encuentra supeditada a la obtención de recursos para su operación. El director de la televisora es nombrado por el presidente de la República y ratificado, en su caso, para un periodo más, por el mismo; situación que en un país cuyo presidencialismo es uno de los rasgos más arraigados de su sistema político, puede tener muchas implicaciones en la

---

<sup>116</sup> Televisa tiene en México una cuota de participación del 70% en el mercado de la televisión, en una industria que ya alcanzó una penetración del 98% en la sociedad mexicana. Es el mayor productor de telenovelas del planeta, con 700 desde 1957; posee en México cuatro canales de televisión abierta y cerca de 30 compañías. Actualmente, Televisa suministra más del 70% del contenido en horario estelar para los principales canales de Univisión, la cadena de televisión hispana más vista en los Estados Unidos (EUA), como parte de un contrato que vence en 2017. Su programación es principalmente de manufactura nacional, la capacidad de producción que esta empresa posee es tal que aunque en el canal 5 la mayoría de los programas sean extranjeros —series y dibujos animados provenientes de Estados Unidos— es suficiente para llenar las pantallas en el canal 2, frecuencia en la que durante 2008 sólo hubo 4 títulos provenientes de Univisión.

<sup>117</sup> Actualmente la mayoría de los llamados sistemas de televisión pública operan con permisos: 22 para los Gobiernos de los Estados, 2 para las universidades, 1 para el IPN, 1 para el Congreso de la Unión, 1 para el Poder Judicial de la Federación. Cuatro mediante concesiones, con la posibilidad de comercializar espacios: Canal 22, Canal 13 de Mérida, TVT de Tabasco y Telemax de Sonora. Datos provenientes del Proyecto PAPIIT (Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica) -UNAM, “El impacto de los medios públicos en la cultura mediática. Los casos México, Brasil y Venezuela”

relación medios-Estado. El gran rezago que aún muestran los sistemas de televisión pública en México tiene que ver con su independencia editorial y por ende su distancia del gobierno (Pareja, 2009). En los últimos años el presupuesto federal de la televisora ha ido en aumento,<sup>118</sup> y actualmente opera con alrededor de 500 millones de pesos anuales.<sup>119</sup>

En tanto, el *Sistema Radio y Televisión del Estado de México* surgió durante el sexenio presidencial de Miguel de la Madrid, y más por iniciativa del gobernador Alfredo del Mazo que por un apoyo o correspondencia de políticas de comunicación a nivel federal. Incluso, según documenta Maldonado (2009), los trámites constituyeron todo un reto porque se afectarían intereses de particulares involucrados en los medios y probablemente también carreras políticas como la de Manuel Bartlett Díaz. Según este mismo documento (Maldonado, 2009), desde aquel momento al sistema le fueron encomendadas responsabilidades informativas pero también de carácter cultural, de identidad, ciudadano, artístico, de la salud, deportivo, educativo, así como la de fungir como espacio de expresión de las diferentes corrientes políticas, incluyendo las acciones emprendidas por el propio gobierno en turno. La radio en 1983 y televisión en 1984, pertenecerían en uso de sus facultades al Ejecutivo de la entidad.<sup>120</sup> El caso de *Televisión Azteca*<sup>121</sup> es interesante en tanto constituye la primera empresa en ser competencia directa para Televisa en los noventa, pero a su vez representó la mejor réplica del modelo de programación y relación con el Estado que Televisa logró. Esa estación tiene sus antecedentes en el Instituto Mexicano de la Televisión (IMEVISIÓN),<sup>122</sup> la televisora estatal

---

<sup>118</sup> En 2007 fue de \$220 millones (entrevista realizada a Patricia Arriaga y Yadira Camarena por Norma Pareja y Lauri García el 7 de noviembre del 2007, y para el 2008 de \$230,175,883.00 (Documento de respuesta de parte de la oficina del Abogado General del IPN a la solicitud de información del Sistema de Solicitudes de Información (SISI) del Instituto Federal de Acceso a la Información (IFAI), con número 1117100026808, y fecha del 12 de mayo de 2008, recuperado en marzo del 2009 en: <http://www.transparencia.ipn.mx/resolucionesComite/2008/resolucion1117100026808.pdf> [

<sup>119</sup> Según información disponible en la página *web* de la Secretaría de Hacienda, la cantidad exacta sería de \$530 millones. El presupuesto federal es otorgado vía IPN y complementado por un fideicomiso.

<sup>120</sup> La Televisión Mexiquense fue creada mediante un acuerdo del Ejecutivo y no atravesó proceso legislativo alguno en donde los diputados lo aprobaran, hecho por el cual se intuye el interés directo del gobernador de la época por operar un medio de comunicación para la entidad, en la actualidad la figura del gobernador es central en los titulares de los espacios informativos.

<sup>121</sup> Recientemente llamada sólo Azteca.

<sup>122</sup> Éste surge el 25 de marzo de 1983, al ser publicado en el *Diario Oficial de la Federación* el decreto presidencial que crea el Instituto Mexicano de Televisión. El primer director de la televisión estatal fue el entonces senador del estado de Tabasco, Enrique González Pedrero, que había sido durante los años de 1968 y 1969 director de la FCPYS de la UNAM y posteriormente secretario general del Partido Revolucionario Institucional, de donde pasó a la senaduría tabasqueña (Zarur, 1993).

que concentraba las redes de canal 13, 7<sup>123</sup> y la señal metropolitana del canal 22.<sup>124</sup> El logro de la concesión se hizo posible gracias a la relación de Ricardo Salinas Pliego con Raúl Salinas, hermano del entonces presidente Carlos Salinas de Gortari.<sup>125</sup> En 1993, en medio de la polémica desatada por el otorgamiento de la concesión<sup>126</sup> al Grupo Salinas, nace *Televisión Azteca*. Este grupo comienza un proceso de expansión acelerado en distintos sectores de la economía, principalmente de telecomunicaciones, financieros y muebles.<sup>127</sup> Originalmente el paquete consideraba las señales de canal 7, 13 y 22, este último tendría un destino diferente que más abajo se describe. Más tarde se integraría CNI Canal 40, el cual surge en 1994<sup>128</sup> cuando se otorgó a Javier Moreno Valle la señal.<sup>129</sup> Su expansión comienza en el periodo presidencial de Salinas de Gortari, avanza de manera importante con Ernesto Zedillo y se

---

<sup>123</sup> Inicia operaciones en mayo de 1985, se convierte en red nacional al utilizar las repetidoras de Televisión de la República Mexicana (TRM).

<sup>124</sup> Éste se crea en 1982, es el primero que utiliza la banda de frecuencia ultra alta (UHF) en la ciudad de México.

<sup>125</sup> En 1996 la Procuraduría General de la República (PGR) detectó que Raúl Salinas le prestó alrededor de 29 millones de dólares (mdd) a Ricardo Salinas para la compra de IMEVISIÓN. “El dato de la operación financiera fue detectado por la PGR. Ese 7 de julio de 1996, Ricardo Rocha dejó entrever el ‘tráfico de influencias’ y el ‘uso de información privilegiada’ para que la licitación del paquete de medios operara en favor del dueño de la cadena de tiendas Elektra. En ese entonces, el titular de la PGR era Antonio Lozano Gracia, quien, el 8 de julio de 1996, citó a declarar a Ricardo Salinas Pliego para que el empresario hablara sobre su relación de negocios con Raúl Salinas de Gortari, acusado de enriquecimiento ilícito”, *Etcétera*, Levario Turcott, Marco (2003), “De títtere a periodista respetado” en *Revista Etcétera*, 1 de marzo, recuperado en enero de 2009, disponible en <http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=12>.

<sup>126</sup> Se ha especulado sin confirmarse hasta el momento, que Raúl Salinas dio información privilegiada a Ricardo Salinas sobre las ofertas de las otras empresas participantes en la licitación y que ello le permitió ganar la concesión.

<sup>127</sup> Al hacer el balance 2009 el propio grupo señaló que ese fue “de nuevo un año de sólidos avances en sus empresas: Grupo Elektra, Banco Azteca, TV Azteca y Grupo Iusacell. Banco Azteca alcanzó 10 millones de cuentas de crédito y 8 millones de captación. En la industria de televisión abierta, TV Azteca logró una participación de audiencia comercial de 40 por ciento en el día completo en 2009, superior al año previo”. *La Jornada*, 8 de enero de 2010, p. 22.

<sup>128</sup> Su línea editorial resultó interesante en algún momento por la prioridad en la relevancia periodística de los temas a seguir, como prueba de ello es que como un hecho inédito se transmitió en ese periodo la marcha zapatista a la Ciudad de México y la sesión de la Cámara de Diputados donde Andrés Manuel López Obrador se defendería del proceso de desafuero del que fue objeto. Algo impensable en la televisión mexicana hasta ese momento.

<sup>129</sup> Este empresario enfrentaría fuertes problemas financieros, que le obligaron a recurrir al apoyo financiero de Ricardo Salinas, quien ante el incumplimiento de Moreno Valle del pago concerniente, más tarde “se apoderaría” de la señal en 2002. Tal circunstancia ignoró cualquier proceso en materia de telecomunicaciones. En este episodio conocido como “El asalto al Chiquihuite”, las autoridades competentes no actuaron. “Un comando integrado por guardias de seguridad ataviados con pasamontañas y pertrechados con armas de fuego burló las alambradas que protegían el transmisor y sometió a los vigilantes e ingenieros que custodiaban la antena. De inmediato, Azteca comenzó a difundir, por esa frecuencia, una programación distinta de la del Canal 40”, Trejo (2003).

consolida con Vicente Fox; el Grupo Salinas<sup>130</sup> ha tenido un acelerado desarrollo sobre todo por sus estrategias de integración horizontales y verticales<sup>131</sup>.

CUADRO 3. ESTRUCTURA Y COMPOSICIÓN DE GRUPO SALINAS.  
COTIZACIÓN EN LA BMV Y EN LA NYSE DE NUEVA YORK.

Rubro	Compañía
Ropa	Hecalli
Muebles y artículos para el hogar	Elektra México y franquicias en América Latina (México, Perú, Guatemala, Honduras, Panamá, Argentina, Brasil), Salinas y Rocha*
Televisión	Azteca Digital. Producción de Telenovelas. Azteca América para el mercado hispano en EU. Latitud TV Guatemala. Vive TV para televisión digital
Internet	Azteca Web, Todito Card (acceso)
Eventos	Azteca Records
Futbol	Clubes Jaguares y Monarcas
Música	Azteca Music
Automotriz y transporte	Marca FAW, Italika motocicletas
Financiero	Dinero Express de Elektra. Transferencia de fondos. Banco Azteca. Ahorro y financiamiento para segmentos de escasos recursos, sucursales en Centroamérica, El Salvador Afore Azteca. Fondos de retiro, Red Móvil Azteca
Telecomunicaciones	Unefon. Inversión en servicios telefónicos inalámbricos. Iusacell, participación mayoritaria, Red Móvil Azteca, BAM, Iusatel
Integración tecnológica	Total Play que ofrece Internet, televisión y telefonía

Fuente: elaboración propia con base en información de *El Universal*, 23/11/2006; *La Jornada*, 08/01/2010; portal de <http://www.tvazteca.com/>, y CNN en *Expansión* <http://www.cnnexpansion.com/negocios>. \*La compra se hizo al gobierno en 1998.

<sup>130</sup> Se creó como tal en el 2000.

<sup>131</sup> Mosco (2006:70) apunta que “la *concentración horizontal* tiene lugar cuando una empresa de una línea de negocio comunicativa adquiere un interés mayoritario en otra operación mediática que no está directamente relacionada con el negocio original. Pero la *concentración horizontal* también tiene lugar cuando una compañía de medios compra la totalidad o parte de un negocio que se encuentra absolutamente fuera de los medios. La *integración vertical* describe la amalgama de empresas dentro de una línea de negocio que extiende el control de la compañía sobre el proceso de producción. A esto también se hace referencia como *integración descendente* porque expande la presencia de la firma a lo largo de los procesos de producción y distribución”.

El mismo proceso de licitación para desincorporar la televisión estatal IMEVISIÓN, consideraba al *Canal 22* en los primeros años de la década de los noventa. Era parte de las políticas de liberalización del presidente Carlos Salinas de Gortari, no obstante, a petición de un grupo de intelectuales se dejó la señal del 22 para la “difusión de la cultura”.<sup>132</sup> Toussaint (2006: 63) sintetiza su historia en tres etapas constituidas por el liderazgo de sus directores:

1ª. Bajo el mando de José María Pérez Gay (1993-2000). Dedicada a difundir la cultura, en su mayor parte producciones televisivas del extranjero conseguidas en las fuentes más prolíficas y avanzadas. Una política que dio preferencia a lo foráneo diluyó las posibilidades de crear novedades nacionales. Pero algunos documentales, programas sobre cine hecho en el país, entrevistas en el estudio y el noticiario cultural aportaron elementos para decir que la televisión cultural de México existía.

2ª. Dirigida por Enrique Strauss (2001-2006). Hubo mayor producción propia, con lo cual se desarrollaron algunas propuestas, aunque no del todo originales. Incluso podría señalarse una cierta tendencia a imitar las formas vanguardistas de la televisión comercial en señal de paga y los videoclips. El noticiario cultural dejó de ser únicamente de asuntos artísticos para volver la mirada a la realidad política y social.

3ª. Comenzó en 2007 con una tendencia mayor a comercializar aprovechando el status de concesión. Se ha ampliado la producción propia.

En 2007 el presupuesto de Canal 22 fue de alrededor de 140 millones de pesos,<sup>133</sup> y otorgado por el gobierno federal a través CONACULTA, institución que con acuerdo de la presidencia de la República, nombra al director del canal. De acuerdo a la revisión de su parilla programática es posible señalar que entre los principales rasgos de esta televisora destacan el hecho de tener un modelo de televisión centrado en la difusión de la “alta cultura”; conforme a los índices de IBOPE/AGB tiene una escasa penetración en el gusto de la audiencia. Tales circunstancias permiten plantear la necesidad de revisar la relación entre el modelo de programación y aceptación/sintonía en lo hogares.

---

<sup>132</sup> “Fue el 25 de enero de 1991 cuando alrededor de 800 intelectuales de nuestro país publicaron un desplegado en la prensa dirigido al entonces presidente de la República, Carlos Salinas de Gortari. Así inició la historia de Canal 22, hoy perteneciente al CONACULTA”. De la Torre Yolanda, Historia de una carta abierta a Carlos Salinas de Gortari, Documento en línea en el Portal de Noticias 22 [¿autor?, ¿título?], disponible en <http://www.noticias.canal22.org.mx/noticia.html?n=8558>. Consulta en febrero del 2009.

<sup>133</sup> Entrevista realizada por Rodrigo Gómez a Jorge Volpi, director del canal, el 4 de agosto de 2007, proyecto PAPIIT IN302807, FCPYS UNAM.

Por su parte, la historia del *Canal 28* se remonta a 1964, cuando la Compañía Internacional de Televisión de Raúl Aréchiga obtuvo la concesión para operar el canal 16 en la banda Ultra High Frequency (UHF, frecuencia ultra alta) por un periodo de veinticinco años,<sup>134</sup> pero ante serios problemas con la misma institución por su compañía aérea, Aréchiga decide vender el título a la familia Vázquez Raña. Con esta adquisición la compañía cambia de nombre a “Cadena Tres” que pretendía erigirse como la tercera cadena después de Televisa y TV Azteca. La transacción fue posible después de un proceso de licitación poco cuestionado en el que Vázquez Raña pagaría alrededor de 100 millones de dólares (mdd) por la concesión a Raúl Aréchiga. La concesión del canal ahora es propiedad del Grupo Empresarial Ángeles (GEA), cuyos principales accionistas son Olegario Vázquez Raña y Olegario Vázquez Aldir. El primero es hermano de Mario Vázquez Raña, funcionario deportivo internacional y dueño de Organización Editorial Mexicana. La adquisición de este canal forma parte de un proceso de expansión empresarial que despegó en el año 2000, durante la gestión del presidente Vicente Fox. Olegario Vázquez Raña había adquirido el grupo radiofónico Imagen (Imagen 90.5 y Reporte 98.5) en 2004 y el periódico *Excélsior* a principios de 2006, después de que éste enfrentara fuertes problemas financieros [y de crisis de línea editorial, que a lo largo de 24 años acabaron poniendo en jaque su credibilidad y viabilidad bajo la dirección del tristemente célebre Regino Díaz Redondo].<sup>135</sup> El canal 28 inició transmisiones el 26 de mayo de 2007 en UHF sólo en el Área Metropolitana y es visible en otras latitudes sólo por cable.

---

<sup>134</sup> Durante ese lapso no transmitió formalmente, pero a finales de los noventa la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) emitió una nueva normatividad para la banda UHF en la que se establecía que ella no podía transmitir en señal abierta, y se le asignó el canal 28 para ello. No obstante ante la posibilidad de perder la concesión por no transmitir, esta empresa conformó su programación a base de videos musicales. Se entabló entonces un litigio entre la SCT y el empresario, también dueño de la extinta Aerocalifornia, por no utilizar la señal, en el que finalmente un juez dio la razón a Aréchiga y ordenó el refrendo de la concesión. Véase Mejía Barquera (2005), “Cambio de frecuencia”, *Milenio Diario*, 29 de enero de 2005.

<sup>135</sup> Como se sabe, en la década de los setentas este periódico, dirigido por Julio Scherer, enfrentó serias dificultades con el gobierno de Luis Echeverría por asumir una postura crítica ante los excesos del sistema como el movimiento estudiantil de 1968 y el de 1971, hasta que, producto de presiones internas Scherer decidió abandonar al rotativo y fundar con un grupo de periodistas que le siguieron la revista *Proceso*. [Un vistazo rápido pero certero sobre la gestión de Díaz Redondo en *Excélsior* se puede encontrar en Fabrizio Mejía Madrid, “Regino y *Excélsior*”, en *Letras Libres*, núm. 24, diciembre 2000, pp. 109-110].

CUADRO 4. ESTRUCTURA Y COMPOSICIÓN DE GRUPO EMPRESARIAL ÁNGELES Y FAMILIA VÁZQUEZ RAÑA

Rubro	Compañía (s)
Editorial	Organización Editorial Mexicana, <i>La Prensa</i> , <i>El Sol de México</i> , y <i>Esto</i> , el Diario Deportivo <i>Maravador</i> y <i>Trato Directo</i> , en la Ciudad de México, además de 60 ediciones regionales. Periódico <i>Excélsior</i>
Radio	Grupo Imagen, Imagen 90.5 y Reporte 98.5, 20 estaciones radiofónicas propias en FM y 70 afiliadas en toda la República Mexicana
Televisión	Canal 28
Salud	Grupo Ángeles Servicios de Salud (GASS), concentrando 15 centros hospitalarios en el país
Turismo	Cadena de hoteles Camino Real*, cuenta con 22 hoteles establecidos y con la reciente apertura de los hoteles: Camino Real Monterrey y Camino Real Guadalajara Expo
Apuestas y Sorteos	Eventos Festivos de México**
Financiero	Grupo Financiero Multivalores. Está conformada por tres entidades financieras: Casa de Bolsa, Arrendadora y Operadora de Fondos de Inversión

Fuente: elaboración propia con base en información de: *Excélsior*, 18 de junio de 2006, *Milenio Diario*, 29 de enero de 2005, *La Jornada*, 15 de julio de 2005 y página web de Cadena Tres: <http://www.cadenatres.com.mx>

\* Ésta ha renovado los 12 hoteles que conformaban la cadena en el año 2000 año en que fue adquirida, a través de licitación pública durante el gobierno de Vicente Fox. \*\* Veinte permisos fueron otorgados por Santiago Creel previo a su renuncia como Secretario de Gobernación para lanzarse a la candidatura presidencial por el PAN en 2005.

#### 4.1.4 La oferta programática en la televisión abierta en la Ciudad de México (2008)

En la Ciudad de México la posibilidad de tener múltiples visiones a elegir resulta muy limitada. La concentración oligopólica ha impedido un desarrollo extenso de la industria cultural que considere otras iniciativas y miradas, ello limita la pluralidad de visiones que a su vez faciliten el acceso emisores emergentes que contribuya a la democracia en sentido amplio. En la zona centro del país, el tipo de televisión que goza de mayor audiencia es la abierta. El panorama de la estructura televisiva en términos de contenidos se compone

actualmente por sólo 11 canales; todos, excepto el Canal 34,<sup>136</sup> tienen su centro de producción en la Ciudad de México; las frecuencias de Televisa y TV Azteca se mandan por red nacional a toda la República a través de sus repetidoras;<sup>137</sup> el Canal 11 y el 22 enlazan su señal con la mayoría de los estados del país a través de las estaciones estatales, o bien, algunos de sus programas son retransmitidos por estos canales en el interior del país en distintos horarios. La televisión restringida ya sea por cable o por satélite es privilegio sólo de una parte de la población: de acuerdo con el INEGI en 2008, 27.2% de los hogares poseían televisión de paga en el hogar,<sup>138</sup> misma que ampliaría el espectro de oportunidades a seleccionar para los ciudadanos, pero pese a ser un sector de amplio crecimiento, aún no logra llegar a la mayor parte de la población en el país ni en la Ciudad de México.

De las once señales visibles en la Ciudad de México, siete pertenecen a las dos grandes empresas televisoras (Televisa 2, 4, 5 y 9; y TV Azteca 7, 13 y 40), que acaparan el 95% (437 canales) de las concesiones y el 90% de la audiencia; un canal más de una tercera compañía, (Cadena Tres, el 28) que posee una presencia marginal pero ofrece la misma tendencia en la programación; y hay tres estaciones subvencionadas por el Estado, pero de escasa penetración en la preferencia de los televidentes. Cabe señalar que estos canales llamados “públicos”,<sup>139</sup> canales 11, 22 y 34, no tienen como objetivo el lucro, pero su escasa sintonía limita su objetivo central de elevar “el nivel cultural” de los mexicanos y educar a partir de contenidos diversos que informen proporcionando todos los elementos y ángulos del acontecimiento.

---

<sup>136</sup> Las instalaciones de TV Mexiquense se encuentran en el Valle de Toluca.

<sup>137</sup> El canal 2 es “la señal con mayor cobertura en México”, cuenta con 128 repetidoras que le permiten llegar a 19.9 millones de hogares y cubrir 99% del país. Las otras cadenas nacionales son los canales 13, 7 y 5 que cuentan cada una con 99, 80 y 66 repetidoras, respectivamente. Véase Islas Laura (2007), “Tercer Cadena, la decisión es política” en *Revista Etcétera*, Número 76, 1º de febrero, pp. 7-10.

<sup>138</sup> *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares*, INEGI 2008. Disponible en línea en <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/rutinas/ept.asp?t=tin196&s=est&c=92007>. Junio del 2009.

<sup>139</sup> Ante la falta de consenso en la definición de televisión pública, se les llama así por estar financiados con recursos del Estado: el canal 11 con presupuesto federal a través del IPN (alrededor de 400 millones de pesos (mdp) para 2009 y 500 para 2010); el 22 por CONACULTA (alrededor de 200 mdp en 2009), y el 34 por el gobierno del Estado de México (con 100 mdp).



#### 4.1.4.1 Metodología del análisis de la oferta programática

El diagnóstico se realizó a partir de un monitoreo de la programación ofrecida por 11 canales que son visibles en la Ciudad de México, así como de fuentes escritas y electrónicas, del 24 de marzo al 26 de abril y del 5 al 11 de mayo de 2008.

La recopilación de la información se logró a partir de:

- Monitoreo directo de los programas transmitidos en cada canal.
- Cartas programáticas en las páginas electrónicas de cada canal.
- Revista *Mi Guía*.

Y se registró en una base de datos en Excel, organizándose en columnas cada canal por días a la semana, de lunes a domingo, y en filas los títulos o programas con base en el horario y tiempo de transmisión. Con color se identificaron los títulos de manufactura nacional y/o extranjera. Se contabilizó el número de títulos por canal, se procedió a clasificarlos de acuerdo con los macrogéneros que abajo se describen y luego se realizaron los cálculos correspondientes.

La clasificación de los géneros y macrogéneros se realizó de acuerdo a la siguiente tabla:

TABLA 1. CLASIFICACIÓN DE GÉNEROS Y MACROGÉNEROS TELEVISIVOS

Macrogéneros	Géneros
Información	Noticiero
	Entrevista
	Debate
	Magazine (noticias, entrevistas, música)
	Comentarios humorísticos
Ficción	Películas (cine)
	Miniseries
	Series: comedia de situación, aventura o ficción, drama teleteatro suspenso, ciencia ficción, terror o sobrenatural, policíaca
	Cómicos
	Telenovelas
Variedades y entretenimiento	Juegos y concursos
	Musicales
	Cocina
	Humorísticos
	Crónica social
	Asistencia social
	Reseñas y cortos, <i>makings</i> de películas
Infantiles	Actividades y concursos
	Dibujos animados

	Series infantiles
	Musicales
	Didácticos
Deportes	Comentarios, análisis, entrevistas
Culturales	Documentales
	Concursos educativos
	Reportajes
Educativos	Cursos de educación formal
Telemercadeo	Programas de ventas directas al público
Propaganda política	Propaganda política pagada
	Partidos políticos (tiempos oficiales)
	Actos cívicos
	Mensajes a la nación

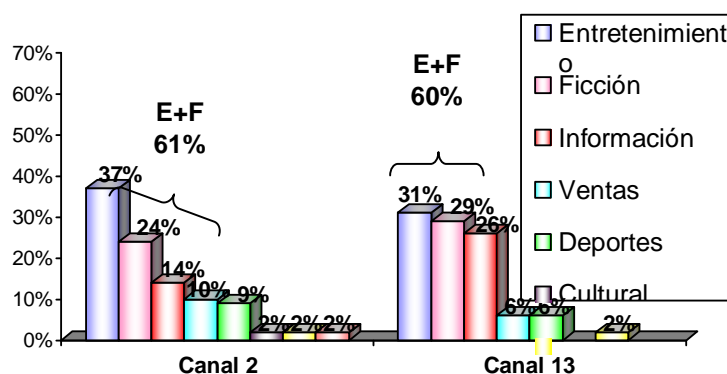
Fuente: elaboración propia con base en Huerta Wong (2000).

#### **4.1.4.2 Principales resultados**

Uno de los hallazgos relevantes que este trabajo arroja es la predominancia de los macrogéneros de ficción y entretenimiento. La gráfica siguiente deja ver cómo alrededor de 6 de cada 10 títulos que las televisoras ofrecen en sus canales de mayor audiencia, pertenecen a esos macrogéneros. De acuerdo con esta información, Televisa logra programar más títulos que su competidora, pero también es de notar que Televisión Azteca, a través del Canal 13, programa más emisiones de tipo informativo que Televisa, probablemente en la búsqueda de legitimidad después del “asalto al Chiquihuite”.<sup>140</sup> Un aspecto más a destacar es el casi nulo porcentaje de títulos de corte cultural en las televisoras privadas, únicamente fue posible registrar en estas señales concesionadas, al programa de *México Nuevo Siglo* en Televisa, producido por la editorial Clío y dirigido por Enrique Krauze, que durante el periodo observado, se transmitía en horario poco accesible, los domingos a las 11.30 p. m.

<sup>140</sup> De hecho ello ha sido una particularidad de esa televisora, pues desde sus inicios en medio de una cuestionada licitación, ha buscado siempre construir su credibilidad. Se definió entonces un modo de hacer periodismo bajo la perspectiva de enlace con la audiencia, con su lenguaje y problemática cotidiana, convirtiéndola en actor central de las crónicas noticiosas, al destacar y exagerar elementos centrales de las preocupaciones familiares. Tal circunstancia, así como la ya escasa credibilidad de Jacobo Zabludovksy con *24 horas*, y los propios cambios de la sociedad mexicana, posibilitó que en 1996 por primera vez el noticiero de Televisa perdiera el primer lugar en la sintonía de los telehogares mexicanos. En el contexto de la reñida contienda electoral en 1997 para elegir por vez primera al gobernador de la Ciudad de México, dio inicio la llamada “guerra de las televisoras” en medio de acusaciones mutuas de oficialismo para Televisa y sensacionalismo para TV Azteca.

GRÁFICA 1. MONITOREO: CANALES 2 Y 13 TV ABIERTA



Fuente: elaboración propia con base en monitoreo directo del 24 de marzo al 26 de abril, y del 5 al 11 de mayo de 2008. Base: 57 títulos en el Canal 2 y 49 títulos en el Canal 13.

Otro hallazgo importante que esta investigación deja ver es un importante número de emisiones informativas. De acuerdo nuestros datos, en la Ciudad de México fue posible ver alrededor de 31 noticieros con 160 horas de transmisión en el periodo observado, marzo, abril y mayo 2008. Con esas transmisiones sería posible ver casi 7 días de la semana noticieros de manera ininterrumpida en una misma señal. Los dos noticieros estelares son el de Joaquín López Dóriga *El noticiero* de Televisa, y *Hechos* con Javier Alatorre de TV Azteca, de acuerdo con el IBOPE estos géneros son los que captan mayor audiencia en el horario nocturno (entre las 10:30 y las 11:30), el primero con alrededor de 17 puntos de *rating* y el segundo muy de cerca con 14,<sup>141</sup> de ahí que la lucha por la captación de audiencias se distinga de manera más clara en estos programas. En el caso de Televisa, sus noticieros se diferencian claramente, tanto por los formatos visuales como por los conductores, en el canal 2 de lunes a viernes se observa por la mañana que Carlos Loret de Mora maneja la información como una revista informativa, la emisión de la tarde es presentada por Lolita Ayala, antes asistente de Jacobo Zabludovsky, y por la noche López Dóriga con muchos años como periodista de fuentes gubernamentales, marca claramente la posición editorial de la empresa. El Canal 4 tiene una emisión denominada *Matutino Express*, cuyo enfoque es más bien entretenido, informar sobre acontecimientos relevantes pero con comentarios de varios presentadores y ex conductores de programas de entretenimiento, como Esteban Arce. El Canal 9 tiene dos

<sup>141</sup> *Ratings TV IBOPE AGB Agosto/09, Resumen de ratings hogares basado en una muestra representativa de 600 telehogares del área metropolitana de la Ciudad de México (AMCM), que incluye las 16 delegaciones y 30 municipios conurbados. Disponible en línea en: <http://www.terra.com.mx/articulo.aspx?articuloId=762311>.*

emisiones, de lunes a viernes por la noche *Las noticias por Adela* y los domingos de semana *Las noticias con Alejandro Cacho*.

En TV Azteca se utiliza el nombre *Hechos* para todas las emisiones del canal 13, por la mañana *Hechos a. m.*, por la tarde *Noticiero Hechos* y por la noche *Hechos*. En el canal 7, a diferencia del 5 —con el que compite directamente por tipo de programación dirigida a niños y jóvenes—, hay 3 noticieros, *Info 7 Tarde*, *Info 7 Noticias* y *A quien corresponda*.<sup>142</sup> El canal 40 posee el mayor número de transmisiones informativas que el resto de las señales abiertas en la Ciudad de México, así como el mayor tiempo de transmisión por señal. En el periodo estudiado se registró la transmisión de 5 emisiones de *Informativo 40* a lo largo del día de lunes a viernes y 1 en fin de semana. Llama también la atención el caso del canal 28, que produce casi 24 horas de noticieros a la semana. En este sentido, esta orientación programática hacia lo noticioso se asemeja al de TV Azteca, al dar más espacio a la información como política de comunicación en la búsqueda de legitimidad y un mejor posicionamiento.

En la Ciudad de México la telenovela constituye un género televisivo ampliamente integrado a la parrilla programática visible por señal abierta. Con más de 20 títulos, sería posible ver cuatro días ininterrumpidos de telenovelas, al cuantificarse alrededor de 100 horas semanales de éste género en las once señales monitoreadas. Durante el periodo en estudio fue posible advertir que la mayoría se concentran en el Canal 2, y en menor medida en el 13, el canal 9 básicamente transmite ediciones anteriores y producciones de Telemundo y Univisión; el Canal 28 reproduce el esquema al emitir cuatro de ellas durante la barra vespertina.

---

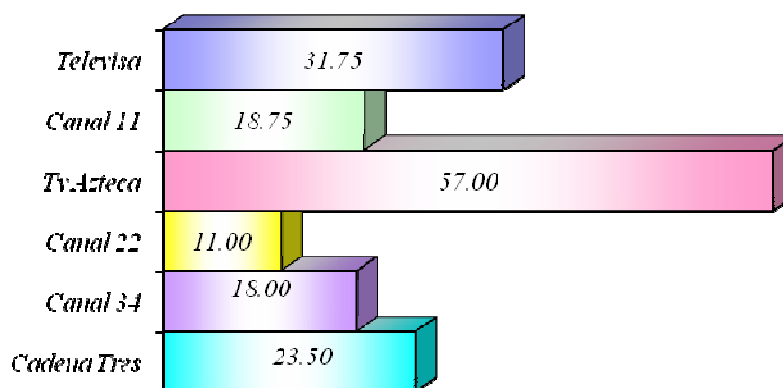
<sup>142</sup> Este programa conducido por Jorge Garralda es más bien de corte social, y funciona como enlace entre las autoridades y la problemática específica de la audiencia, es el espacio donde se muestra la faceta social de la televisora, no obstante intercala información sobre el acontecer nacional, transmitiendo notas informativas en determinados momentos de la emisión.

CUADRO 5. NÚMERO DE TELENÓVELAS Y NOTICIEROS TRANSMITIDOS DIARIAMENTE, POR CANAL, ORIGEN Y TOTAL DE HORAS A LA SEMANA

TELENÓVELAS				NOTICIEROS			
	Total	Origen	Horas		Total	Origen	Horas
C2	8	Nacional	35	C2	3	Nacional	21.25
C4	-	-	-	C4	1	Nacional	5
C5	-	-	-	C5	-	-	-
C7	-	-	-	C7	3	Nacional	8.5
		2, extranjero y		C9	2	Nacional	5.5
C9	4	2 nacional	22.5	C11	4	Nacional	18.75
C11	-	-	-	C13	2	Nacional	20
C13	6	Nacional	27.5	C22	3	Nacional	11
C22	-	-	-	C28	3	Nacional	23.5
C28	4	Extranjero	20	C34	4	3 nac. y 1 extr	18
C34	-	-	-	C40	6	Nacional	28.5
C40	-	-	-	<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>30 nacionales</b>	<b>160</b>
		16					
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>nacionales</b>	<b>105</b>				

Fuente: Elaboración propia, con base en monitoreo directo en la semana del 5 al 11 de mayo de 2008.

GRÁFICA 2. HORAS DE TRANSMISIÓN DE NOTICIEROS POR TELEVISORA A LA SEMANA



Fuente: Investigación directa, monitoreo directo del 24 de marzo al 26 de abril y del 5 al 11 de mayo de 2008.

CUADRO 6. RASGOS CUALITATIVOS DE LA PROGRAMACIÓN EN TELEVISORAS PRIVADAS

<i>Televisa</i>	<i>Televisión Azteca</i>	<i>Cadena Tres</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Su programación está altamente centrada en el entretenimiento.</li> <li>• Es principalmente de manufactura nacional., sobre en el canal 2</li> <li>• La información obtenida indica que a pesar de que el canal 5 ofrece un mayor número de títulos por día, ellos son del mismo género (dibujos animados) y teleseries, la gran mayoría extranjeros producidos por las grandes cadenas norteamericanas. Durante el periodo analizado sólo fue posible ver dos títulos de producción propia en este canal (El chavo animado y Los simuladores)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Su programación está altamente centrada en el entretenimiento y la ficción; de acuerdo con los datos de esta investigación, 6 de cada 10 títulos en el canal 13 pertenecen a esos géneros y el 26% a información. Ese canal ofrece 19 títulos por día de manufactura nacional exclusivamente, mientras que en el canal 7 predomina la extranjera. En el canal 40 se registraron el mayor número de noticieros que en otra señal.<sup>143</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La programación está compuesta básicamente por géneros de entretenimiento, principalmente series norteamericanas y telenovelas de Telemundo. Información noticiosa vertida en tres noticieros de producción propia emitidos en los tres momentos de mayor audiencia televisiva: la mañana con Francisco Zea, la tarde con Yuriria Sierra y el estelar con Pedro Ferriz de Con; además de la programación deportiva.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia, con base en monitoreo directo en la semana del 5 al 11 de mayo de 2008.

CUADRO 6. RASGOS CUALITATIVOS DE LA PROGRAMACIÓN EN TELEVISORAS PÚBLICAS

<i>Canal 11</i>	<i>Canal 34</i>	<i>Canal 22</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es variada tanto en el origen como en los géneros.</li> <li>• El 60% de sus títulos corresponden a programación propia. Los programas que provienen del extranjero se ubican principalmente en la barra infantil.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualmente su programación está compuesta por géneros de ficción, entretenimiento, y culturales, su esquema de estructuración ha tendido en combinar emisiones consideradas culturales con</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Su programación se concentra principalmente en géneros culturales y de entretenimiento.</li> <li>• Se concentra en la búsqueda de un público más amplio, en especial de jóvenes.</li> <li>• Series de <i>anime</i> japonés, y un</li> </ul>

<sup>143</sup> En su momento Canal 40 (CNI en UHF) se consolidó como una opción interesante en la oferta televisiva, pues su programación, principalmente noticiosa, ofreció después programas de entretenimiento que poco a poco ganaron presencia en el auditorio. En ese sentido, es pertinente lo que afirma Guillermo Orozco (2002: 228-229) “[...] se colocó definitivamente como el preferido en ese nicho de audiencia que busca honestidad, contextualización y profundidad en la información, al tiempo que quiere ver otros temas y enterarse de otras cosas que nos son consideradas noticias en los canales de Televisa o Televisión Azteca, como los acontecimientos con movimientos sociales”.

<sup>144</sup> *El Diván de Valentina, Futboleros, Bizbirije, El show de los once y Cuentos de pelos.* Televisa hace *El chavo animado* en este rubro.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• La forma de organización programática responde a un enfoque de segmentación.</li> <li>• Se definen horarios y programas por tipo de público en un intento de lograr una interpelación más específica.</li> <li>• Este es el canal que presenta mayor variedad por tipo de géneros y macrogéneros y es el que mayor número de títulos informativos y de discusión política tiene (7), y el único que produce programación infantil,<sup>144</sup> el resto de sus programas tienen un enfoque más cultural y científico, como los que producen la BBC y National Geographic, además de realizar producciones sobre la cultura y tradición mexicana.</li> </ul>	<p>aquellas calificadas de entretenimiento popular.<sup>145</sup> Destacan escasas producciones propias donde se muestran los rasgos de las distintas culturas pobladoras de la entidad. En el aspecto noticioso, ese canal posee formatos clásicos de noticieros con 3 emisiones al día. En ellas se inicia normalmente con notas nacionales y siempre se cubre la agenda del actual gobernador, Enrique Peña Nieto.</p>	<p>programa para homosexuales, que aunque extranjero, es el único en la televisión mexicana orientado a ese segmento.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Versiones actualizadas de programas propios en varios de los cuales se anuncian o bien productos culturales o a instituciones.</li> <li>• El único con un <i>Ombudsman</i> del televidente, con los reclamos y peticiones de la audiencia así como los planteamientos de expertos en temas televisivos.</li> <li>• Entre sus producciones propias destaca <i>De Raíz Luna</i>, el único con temática indígena con un conductor indígena que combina oraciones en castellano y lenguas indígenas.</li> </ul>
--	---	--

Fuente: elaboración propia, con base en monitoreo directo en la semana del 5 al 11 de mayo de 2008.

La oferta programática actual de la televisión abierta en la Ciudad de México, que irradia su estructura y contenidos al resto del país, es una expresión de la relación entre el sistema político y el mediático; relación que ha priorizado el desarrollo económico y la estabilidad política más que el desarrollo democrático del país. Esta investigación ha mostrado cómo los distintos grupos poseedores de los consorcios mediáticos han logrado procesos de expansión, particularmente en dos momentos, en los cincuentas cuando surge la televisión en México, y en los noventas cuando se llevan a cabo las políticas de neoliberalización. En términos políticos estos momentos se corresponden, el primero con la consolidación del sistema emanado de la Revolución Mexicana, y el segundo con importantes cambios político-electorales derivados de una inconformidad social gestada muchos años antes pero fortalecida por el movimiento estudiantil de 1968, los sismos de 1985, la cuestionada validez de las elecciones presidenciales de 1988, el crecimiento de la oposición en el norte y centro

<sup>145</sup> Se difunden en la barra matutina de lunes a viernes las presentaciones de la Orquesta Sinfónica del Estado de México y los sábados por la tarde programas como “100% grupero”.

del país, entre muchos otros momentos clave en el proceso de transición a la democracia en México.

En ese sentido, la oferta programática actual muestra, por un lado, la predominancia de un modelo comercial en el que prevalecen el entretenimiento y la ficción, dando como resultado poca variedad en la programación, y por el otro, un espectro reducido a seis emisores que tienen la posibilidad de contar su versión de la realidad sin establecer diálogo alguno con las audiencias, tres de ellos bajo una lógica estrictamente mercantil.

Ello ha generado como consecuencia un marco y referente cognitivo muy limitado para la audiencia metropolitana, y en buena medida para el resto del país, pues por una parte, como se ha argumentado antes, la gran mayoría de los contenidos se manufacturan en la capital y se llevan al resto de la República por las repetidoras y hasta por las señales de los canales públicos retransmitidos, lo que a su vez puede implicar el no visibilizar las amplias expresiones culturales de los distintos grupos en el territorio; por otra parte, esa concentración impide otros marcos, ángulos y enfoques para acceder a la información como base para una discusión y participación más amplia por parte de la sociedad. A pesar de que esta investigación arroja que actualmente hay una presencia importante de noticieros en la televisión, es necesario explorar con mayor profundidad el tratamiento informativo, pues este aspecto puede responder tanto a una estrategia comercial de ofertar aquello que se demanda<sup>146</sup>, o bien, a una necesidad ideológica por construir versiones de la realidad que busquen mantener la estabilidad social.

Hay que decir que existe una relación importante entre la diversidad de contenidos de un sistema de medios y la democratización del sistema social, en el sentido en el que la representación múltiple en los medios posibilita a su vez la mayor representación de intereses, acceso y multiplicidad de miradas y expresiones sobre un mismo acontecimiento. La inclusión y equidad en la comunicación fortalece a la sociedad a partir de la obtención de mayores elementos de análisis para la audiencia e integración la misma en un proceso que debe ser dialógico. En teoría, la propia lógica del mercado posibilitaría esta condición al integrar a más emisores a partir de la libre competencia. No obstante, en el caso analizado existe una alta concentración en el sistema televisivo, y en coincidencia con lo que dice

---

<sup>146</sup> Como se ha puntualizado antes, la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (ENCUP) en sus distintas series, y otros estudios han registrado que los mexicanos se informan de política principalmente a través de la televisión



Lozano (2005), las audiencias no seleccionan conscientemente el tipo de programas que realmente necesitan o quieren, sino que eligen sólo de entre lo que está más ampliamente disponible. La estructuración de la oferta cultural define y visibiliza las identidades culturales, pero también posibilita la exclusión de otras. La concentración mediática impide la expresión de distintos actores en la escena y la deliberación pública, dado que en ese marco, el objetivo que persigue la sociedad en su conjunto, se encuentra a una gran distancia del lucro que ha orientado históricamente la relación de las empresas televisivas con la sociedad, aunado a la expresión de voces únicas. En ese sentido, se restringe en gran medida la diversidad de expresiones culturales y sociales.

De ahí que las discusiones y revisiones sobre políticas de comunicación ocupen un lugar central en los procesos democráticos que nuestra sociedad enfrenta actualmente, y sea pertinente la apertura y ampliación de distintos emisores, no sólo empresarios, sino también de la sociedad civil.

El estudio de la oferta programática resulta de gran trascendencia en términos del avance de una sociedad a la democracia sobre todo porque como se ha observado son parte de los referentes, cogniciones, símbolos, para la construcción de la cultura política de distintos grupos sociales, para el caso que nos compete, la importancia es mayor dado que su acceso a mayores posibilidades de información, de una interacción mediática con más opciones es muy limitada, pues si bien es cierto que los distintos grupos sociales, las audiencias, poseen un carácter activo y se constituyen como sujetos con capacidad de acción, resistencia y resignificación, también lo es que su actividad puede verse limitada por sus posibilidades de acceso a los distintos espacios de comunicación mediada. En el siguiente apartado comprenderemos como se da el proceso de interacción de nuestro grupo social observado y los contenidos mediáticos televisivos.

#### **4.2 HALLAZGOS DE UN ESTUDIO “IN SITU”, LA RECEPCIÓN TELEVISIVA DE LAS FAMILIAS POBRES EN LA CIUDAD DE MÉXICO, LA VENTANA PARA ASOMARSE A LA CULTURA POLÍTICA**

El objetivo de este apartado es la descripción y análisis de los resultados del estudio empírico sobre la recepción televisiva y las prácticas asociadas a ella, en particular a la cultura política. Dado que como señala Morley “mirar televisión no se puede considerar una actividad unidimensional de significación o importancia equivalente en todos los momentos para todas las personas que las realizan. Por eso es necesario investigar los modos en que se mira la televisión en una perspectiva que integra dos aspectos, el modo en que las audiencias interpretan la televisión y el uso que se hace del material televisivo en distintas familias” (1996: 200). La recepción televisiva cobra sentido en el contexto sociocultural y las relaciones socioculturales en el que el sujeto está inserto, de otro modo no cobra ninguna relevancia.

Las prácticas que se analizan tienen que ver con la rutina diaria de la vida cotidiana, la relación con otros sujetos, del mismo grupo social, autoridades, candidatos, la información noticiosa proveída por los medios en los noticieros y las historias dramáticas de las telenovelas como reproductores de valores ideológicos y del estatus social de una sociedad dividida en clases, se ve también a los contenidos de la ficción en las telenovelas como catalizadores de la utopía en torno a las expectativas sociales que los sujetos muestran.

La investigación está atravesada por el desarrollo de las campañas políticas de 2009 en la Ciudad de México y con familias pobres. Nuestro trabajo buscó, por un lado, ubicar el trabajo empírico en este sector social, dada la magnitud del problema en nuestro país, pues constituye por sí mismo una *mediación*<sup>147</sup>, pues en una perspectiva multilateral y estructural puede entenderse como la posición de clase en relación a las condiciones materiales de existencia define una visión del mundo enclavada en relaciones de poder.

Por el otro lado, se busca dar visibilidad a este grupo social en busca de una sensibilización académica y social de sus prácticas, más allá de cifras y estadísticas pues estas posibilitan dimensionar cuantitativamente el problema, pero no una exploración directa y amplia de sus condiciones de vida y sus propios procesos de interrelación y prácticas concretas. En tanto que la focalización geográfica permite ver que el espacio en una urbe globalizada, con una

---

<sup>147</sup> Como se ha planteado antes, se concibe a la *mediación* como una instancia cultural desde donde el público de los medios produce y se apropia del significado y del sentido del proceso comunicativo (Martín-Barbero, 1987)

estructura centralizada y con zonas periféricas que se articulan al centro mediante la comunicación, integra a sujetos que físicamente están excluidos.

Bajo tal óptica, este capítulo muestra en principio los rasgos de la aproximación metodológica que empleamos y en ese sentido, el panorama físico donde viven estas familias, la descripción del trabajo empírico y las técnicas empleadas para la recopilación de la información. En lo posterior, se presentan los datos obtenidos con base en trabajo etnográfico, observación participante y entrevistas en profundidad con ocho familias. Finalmente se describen y analizan los hallazgos vertidos en las categorías de análisis específico de la rutina familiar y televisión, los patrones generales de consumo y atención a la información política, de los noticieros a los supertemas y finalmente de la ficción en la tele a la utopía.

#### **4.2.1 La aproximación metodológica**

La pregunta general que ha guiado la presente investigación es ¿Cómo la recepción activa de telenovelas y noticieros televisivos participa en la construcción de la cultura política de familias pobres en la Ciudad de México? De ese planteamiento se derivan otras interrogantes que se describen en la siguiente tabla con su consecuente objetivo específico.

<b>Pregunta</b>	<b>Objetivo</b>
¿Cómo se realizan los procesos de apropiación y resignificación de contenidos televisivos como parte de la construcción de la cultura política?	Identificar los modos en que familias pobres en la ciudad de México resignifican y se apropian de telenovelas y noticieros televisivos como parte del proceso de construcción de la cultura política.
¿Cuáles son los mecanismo mediante los cuales los contenidos de telenovelas y noticieros se vinculan con las vivencias y las expectativas de familias pobres en la Ciudad de México?	Determinar como telenovelas y noticieros televisivos contribuyen a formar el imaginario social y político a partir de su presencia en la vida cotidiana en esfera doméstica.
¿De qué manera se interactúa con los contenidos televisivos y cómo se articula a través de ello la unidad hogar-sociedad?	Comprender la importancia de la recepción televisiva en el hogar como momento de interacción con las vivencias cotidianas de familias pobres en la ciudad de México en relación a lo político.
¿De qué forma la experiencia de vivir en ciudad se constituye como una mediación que forma parte de las estructuras y filtros mediante los cuales se organiza la televidencia?	Analizar como el contexto urbano de vivir en ciudad constituye un marco de vivencias que definen de manera muy específica el proceso de construcción de cultura política

#### **4.2.1.1 Dimensiones y categorías de análisis**

Es importante recordar que se tomaron cuatro grandes dimensiones de análisis para esta parte de la investigación, que son el marco de nuestro estudio:

- *Temporal* asociada a las campañas políticas. El estudio toma como marco situacional la parte final y posterior a las campañas políticas de julio de 2009 para la elección de delegados, diputados locales y federales.
- *Geográfica*: el escenario geográfico es la Ciudad de México, donde se concentran los tres poderes de la nación, una amplia actividad política y productiva. En términos comunicológicos la *mediación* espacial que se propone contempla que la ciudad como concepto expresa un lugar desde el que a partir de las contradicciones que genera la globalización, se constituye una instancia cultural específica para darle sentido a los procesos de consumo cultural, sobre todo porque la expansión de las ciudades producto de la globalización y las formas de capitalismo más sofisticadas, han generado prácticas específicas que incluso forman parte de las identidades de los grupos, y que más allá de eso generan nuevas formas de relación a nivel micro y macro en distintas prácticas, sobre todo desde las periferias.
- *Cultural*: En la Ciudad de México se ubican los grandes centros de producción de los contenidos televisivos que llegan a todo el país.
- *La clase social*. Este trabajo buscó, por un lado ubicar el trabajo empírico en el sector social más pobre, dada la magnitud del problema de la pobreza en nuestro país y región.

La pobreza es una condición de vida que genera circunstancias para la constitución de una clase social, ésta es importante como una *mediación* en el estudio de la recepción, sobre todo porque se constituye como el lugar social desde el cual se experimenta la realidad, como lo señala E.P. Thompson, es un modo de experimentar la existencia social, aparece junto con las experiencias comunes y diferentes, la clase social es una entidad y no existe de manera separada (En Martín-Barbero, 1987). En términos comunicológicos la *mediación* de clase define en gran medida la televidencia, la clase baja articula el espacio y tiempo del hogar en relación a la televisión, ésta cohesionada y articula, se le

atribuye verosimilitud ante un escaso capital cultural que provea elementos de crítica, y un escaso capital económico que de acceso a otras actividades de tiempo libre y amplíen el abanico de posibilidades en el consumo cultural.

Para esta fase se ponen en operación las dimensiones *Social* y *Utópica* de nuestro modelo a fin de penetrar en el ámbito de lo microsociológico y observar el modo en que las interacciones de nuestros sujetos sociales con la televisión son parte de su significaciones y valoraciones de lo político.

<i>Dimensión</i>	<i>Nivel</i>	<i>Escala</i>	<i>Categorías</i>	<i>Objeto de estudio</i>	<i>Metodología y técnica</i>
Social	Micro	Referencia Interacción Interpretativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contexto</li> <li>• Interacción directa – relaciones sociales</li> <li>• Interacción mediada – recepción televisiva</li> <li>• Producción de sentido Conocimiento Afecto Evaluación Apropiación Resignificación</li> </ul>	Recepción	Cualitativa <ul style="list-style-type: none"> <li>• Etnografía</li> <li>• Entrevistas en profundidad</li> </ul>
Utópica	Micro	Subjetiva	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utopía</li> <li>• Imaginario sociales</li> <li>• Anhelos, deseos, expectativas</li> </ul>	Sujetos sociales Familia	Cualitativa <ul style="list-style-type: none"> <li>• Etnografía</li> <li>• Entrevistas en profundidad</li> </ul>

*Categorías de análisis del proceso de televidencia derivadas de la propuesta teórico-metodológica*

- ▶ Los contextos socioculturales
- ▶ Interacción social directa - relaciones sociales
- ▶ Interacción mediada - recepción de noticias y telenovela
- ▶ Producción de sentido
  - ⇒ Conocimiento
  - ⇒ Afecto
  - ⇒ Evaluación

- ⇒ Apropiación
- ⇒ Resignificación
- ⇒ Utopía
- ⇒ Imaginario sociales
- ⇒ Anhelos, deseos, expectativas

#### **4.2.1.2 Técnicas para la exploración**

La metodología cualitativa se ha colocado a la vanguardia en el estudio de los procesos de construcción de la cultura política al igual que para la recepción televisiva. Ello radica sin duda en las posibilidades que posee para aportar elementos suficientes para constituir evidencia en torno a procesos de significación (Jensen, 1993; Winocur 2002).

En esta parte del trabajo confluyen algunas vetas de investigación de la recepción que posibilitan explorar procesos sociales en conjunto, en combinación a fin de comprender el papel de los medios de comunicación, en particular la televisión en la construcción de significados asociados a las estructuras del poder, en familias pobres en un espacio urbano del centro del país.

Morley (1993) ha establecido que la relación de los públicos con la televisión en principio, se ha de formular como una cuestión empírica y que el reto importante consiste en desarrollar métodos apropiados. En su forma sencilla, se ha sostenido que el cometido del etnógrafo es “entrar en el campo” y mediante la observación y la entre los sujetos en el contexto social.

Junto con Silverstone ha propuesto que la entrevista y la observación pueden producir una “explicación descriptiva e interpretativa de las vidas y los valores de aquellos sujetos sometidos a la investigación”. Para ello es necesario dicen, desarrollar los métodos etnográficos apropiados para estudiar la relación de los públicos con la televisión, como por ejemplo “entrar en el campo” y mediante la observación y la entrevista, intentar describir e inevitablemente interpretar las prácticas de los sujetos en cierto contexto cultural. Las etnografías se fundamentan en las realidades de las vidas de otras personas (Morley y Silverstone, 1993).

Bajo este marco, la aproximación metodológica empleada para el estudio de la recepción de familias pobres en la Ciudad de México fue cualitativa. El estudio contempló la utilización de las siguientes herramientas:

- Etnografía: Galindo (1998) ha señalado que es una forma de abrirnos al otro, de ampliar nuestros panoramas de sensibilización, de compartimiento para aprender del otro y relacionarlos con él, idealmente amarlo y respetarlo. “Dejar de ser para sólo estar”. Enfatiza que es necesario hacer una lectura de la impresión del mundo y al mismo tiempo exteriorizar textualmente. Es una indagación tomando en cuenta el tiempo como elemento básico, lanza la vida interior al mundo externo. Observa y registra el mundo que desea conocer en un ahora, de acuerdo a su composición social pública, privada y de vida. Esta técnica esta basada en el recuerdo y la vivencia presente, y con esta información se aplican las técnicas para realizar análisis para concluir esquemas de regularidades para hacer de la cotidianidad un sentido histórico.

A través de la etnografía, siguiendo a Galindo, podemos llegar a profundizar acerca de temas sociales, del hombre, es una postura filosófica, sensibilizada hacia el ser humano para, al mismo tiempo, hacer una reflexión humana. No sólo ver al sujeto como objeto de investigación, sino una apertura a un estilo de vida y actitudinal que tiene el ser humano y, a partir de esto, lograr estudiar su interioridad para luego poder externalizarla y así, pueda formar parte de los registros de la historia, de investigaciones y de profundos análisis. Las etnografías, por su propia naturaleza, se fundamentan en la realidad de las vidas de otras personas. Los problemas de hacer etnografía son los de la investigación social como un todo. El objetivo no es el de identificar leyes universales, sino más bien producir “descripciones detalladas de la experiencia concreta de la vida en el interior de una cultura”.

Winocur (2002), por su parte, señala que el registro etnográfico es una anotación minuciosa y exhaustiva de todo lo que se percibe durante el periodo observado. De ninguna manera hay que entenderlo como una síntesis de lo que ocurrió sino que se trata de anotar en detalle situaciones y acontecimientos que se están observando. Para nuestra investigación se hicieron registros escritos y visuales del sitio, cada día de la estancia en el sitio, tanto de los exteriores como del interior de las casas, donde esto fue posible, pues como una expresión de *buena voluntad cultural* (Bourdieu, 2002), las personas se sentían apenadas de que las características de sus hogares no correspondieran a “como debían ser”, a como la cultura legítima ha establecido que debe estructurarse un hogar.

Esta técnica se empleó mediante el registro detallado en un diario de campo en el que se anotaron los pormenores sobresalientes sobre:

- Aspectos físicos del lugar
  - Rutinas y pautas de interacción mientras se ve televisión
  - Interacción de los miembros de la familia con los contenidos televisivos
  - Interacción con los vecinos
- Entrevistas en profundidad: Sierra (1998) indica que debido a que su intención está planeada, permite al entrevistado desenvolverse, compartiendo puntos de vista, anécdotas y experiencias, de manera que se lleva a cabo un intercambio más parecido a lo cotidiano. Esto hace de la entrevista una herramienta privilegiada en la que el discurso es el fin. Se aprovecha la interacción verbal como material porque es una parte tan esencial de la vida de cualquier individuo, que la utiliza para construir su identidad y posicionarse dentro del contexto social en el que se desarrolla. Con el lenguaje se construye la red de relaciones sociales, que son intersubjetivas.

La entrevista es una narrativa en la que nos acercamos a la vida de otro, y podemos percibir sus palabras pero también sus sentimientos, aspiraciones, miedos y creencias, y no solamente a través de lo que dice sino también cómo lo dice, con su tono de voz, sus gestos, etc. Y por ser abierta, tiene el riesgo de terminar de pronto o fragmentarse, por lo que se ve limitada, convirtiéndose en un arte.

Para esta investigación se realizaron ocho entrevistas en profundidad a informantes clave, el jefe de familia o el ama de casa. Cabe señalar que mediante la técnica de bola de nieve se consiguieron el resto de las entrevistas, pues a partir de la primera, a la familia Montero Julio, se fueron contactando y agendando las demás<sup>148</sup>. Esto facilitó el acceso, pues debido a la condición de asentamiento irregular, las personas no mostraban mucha disponibilidad e incluso en una ocasión prácticamente tuvimos que salir del lugar, pues fue tal la desconfianza que un colono se mostró muy agresivo verbalmente.

Cabe agregar que principalmente por esta razón el número que constituyó la muestra quedó en ocho, pues las tensiones y conflictos propios de la zona impidieron

---

<sup>148</sup> Se describe más adelante la composición y características de cada familia entrevistada.



acceder a un número mayor de casos. Sin embargo creemos que resulta suficiente para explorar el proceso de recepción televisiva y su vínculo con otros procesos como los políticos, pues en atención a los rasgos de la investigación cualitativa, no se pretende buscar la generalización<sup>149</sup> (Lull, 2003), ni patrones o modelos de familia, sólo familias cuyos estilos de vida pueden ser semejantes a los de otras de su misma cultura (Barrios, 1992). No sobra decir sin embargo, que a fin de obtener información más detallada del escenario de la recepción, el trabajo con entrevistas debe extenderse en tiempo y número en futuras investigaciones.

El uso de ambas herramientas permitió complementar la información obtenida, dado que además de poder realizarse simultáneamente arrojan un mismo tipo de datos, descriptivos.

Para el procesamiento del análisis de la información utilizamos una codificación temática tomando a los enunciados como unidades de análisis (Hernández Sampieri, 2006). La codificación temática contrasta, compara y abstrae los elementos constitutivos del significado, realiza una categorización inductiva en referencia a conceptos o temas. Lo que es relevante es la sola ocurrencia de un tema o marco dentro de la comunicación (Jensen, 2002).

#### Fases del trabajo de campo

*Piloto.* El trabajo de piloteo se llevó a cabo en agosto de 2008 como parte del propio desarrollo global de la investigación en términos de recursos analíticos y definiciones metodológicas. Después de varias visitas al asentamiento y un registro de las condiciones del mismo, se procedió al diseño del instrumento de trabajo. Se solicitó una entrevista a una persona que realizaba sus labores domésticas en las afueras de su hogar<sup>150</sup>, accedimos a su vivienda y realizamos la entrevista. Al contactarla se le explicaron las características y razones del trabajo, la persona accedió sin ningún recelo. La charla con esta persona permitió conocer algunos detalles sobre este asentamiento, pues su familia fue una de las primeras en llegar al lugar, hace alrededor de 20 años, a finales de la década de los ochentas.

Esta fase inicial permitió un acercamiento al sitio, establecer el contacto que nos ayudaría a penetrar en otras familias, además de probar el instrumento de investigación y revisar con

---

<sup>149</sup> En México, hay unos 28 millones de hogares en los que conviven alrededor de 107 millones de personas, de acuerdo a las últimas estimaciones del Consejo Nacional de Población (CONAPO). *El Universal*, 02 de Marzo de 2009.

<sup>150</sup> Esta entrevista se realizó nuevamente en agosto de este año, pero con la versión modificada del instrumento. Fue la primera, ello posibilitó advertir que la nueva versión lograba indagar con mayor amplitud otros aspectos no considerados antes.

detalle su pertinencia o necesidad de cambios o ajustes, desde la redacción hasta la organización, y el agregado o consideración de diversos ítems.

*Serie de entrevistas y trabajo etnográfico.*

Un año después, en julio y agosto de 2009, se procedió a la realización del trabajo de campo. A partir del contacto establecido previamente, se logró agendar nueva visita para la entrevista y el compromiso de la persona a platicar con sus vecinos para comentar la naturaleza y características de nuestra investigación<sup>151</sup>. Al realizarse esta primera entrevista, previa identificación, se originó la confianza y vino entonces la secuencia de una a dos entrevistas que se realizaron hasta en tres sesiones y se prosiguió con el contacteo de otras personas que accedieran a dar información. En algunas su agenda y horarios no lo permitía o de plano nos encontramos con una negativa total, y con otras hubo que ajustarse a sus condiciones en términos de horario. Durante las visitas al lugar fue posible hacer registros visuales y escritos de las características de la zona, así como de las pautas de interacción, rutinas de consumo y procesos de interacción con otros miembros del hogar y de las otras familias.

El contexto situacional donde se llevaron a cabo las entrevistas fueron en los hogares de las familias, ello permitió observar las pautas y formas de interacción con el medio en la construcción de significados en su vida cotidiana.

Es importante destacar que la mayoría de las entrevistas se realizaron a mujeres, en particular, amas de casa que bien se dedicaban al hogar o a actividades informales que les daban tiempo para organizar las actividades cotidianas, además ellas mostraron mucha mayor disposición a comunicarse.

*Puntualizaciones finales.* Como última fase y posterior a la revisión de los datos, se afinaron algunos detalles de la información, procediendo a nuevas visitas al sitio en observación para datos faltantes, poco claros y/o confusos.

*Instrumentos de trabajo*

a. Cuestionario. Se decidió diseñarlo a fin de volver más operativa la guía de tópicos, por lo que se empleó un cuestionario estructurado. Sin embargo esto no implicó una situación de poder en pregunta respuesta y de modo unidireccional. Se buscó construir una relación de

---

<sup>151</sup> Técnica bola de nieve, de una entrevista van derivándose otras como una forma de aproximación al grupo social observable.

cordialidad en la que a pesar de la estructura predefinida del instrumento, fuese posible el diálogo, supuso entonces una situación conversacional pues en todo momento se estimulaba al entrevistado a manifestarse con libertad.

aa. Items que contempló el instrumento

<b>Tema</b>	<b>Objetivo</b>
I. Composición familiar	Identificar las características sociodemográficas del grupo observable
II. Movilidad y desplazamiento a distintos destinos	Considerar el impacto en las actividades cotidianas de la vida en ciudad y su impacto en la distribución del tiempo
III. Hábitos de tiempo libre	Ubicar el lugar que ocupa el ver televisión en las actividades cotidianas
IV. Acceso a la oferta cultural de la Ciudad de México	Analizar las posibilidades de acceso del grupo observable a la oferta cultural de la localidad y su relación con la práctica de ver televisión
V. Percepción sobre el panorama nacional / Política y sociedad	Captar el interés y atención que se le atribuye a la problemática nacional
VI. Campañas políticas, medios de comunicación y redes sociales	Identificar la importancia el modo en que la información mediada por televisión se integra a las concepciones y percepciones en torno a la política
VII. Medios de información sobre política	Identificar la credibilidad y percepción en torno a las empresas televisivas más importantes que proveen de información
VIII. Concepción sobre la televisión	Comprender las significaciones atribuidas al aparato televisivo y a los géneros de telenovelas y noticieros en el marco de desarrollo de su vida cotidiana y su relación con sus expectativas y utopías

b. Diario de campo. Se hicieron las anotaciones día a día de los distintos elementos observados con base en un protocolo de observación.

c. Cámara fotográfica. Con la que posible captar imágenes se hizo el registro visual.

#### **4.2.2 El marco geográfico**

Como ya se ha mencionado antes, la Ciudad de México tiene una importancia estratégica en términos políticos y económicos<sup>152</sup>. El Distrito Federal como entidad federativa ha tendido a denominarse la Ciudad de México de manera oficial. En las frases de publicidad política versa incluso esta denominación genérica, “La ciudad de la Esperanza”, que se acuñara durante la gestión de Andrés Manuel López Obrador y en el periodo de Marcelo Ebrard la frase es “Ciudad de México, Capital en movimiento”.

##### **4.2.2.1 La delegación Gustavo A. Madero**

Esta delegación<sup>153</sup> tiene una extensión territorial de 8,662 hectáreas, lo que corresponde al 5.6% del territorio del Distrito Federal, esta dividida en 255 colonias, se asientan 537 unidades habitacionales. Existen 304, 335 viviendas y se estima que por cada una hay 3.8 ocupantes. En términos de población ocupa el segundo lugar después de Iztapalapa, con 1,193, 163 habitantes, de los cuales 573,847 son hombres y 619,314 son mujeres. Su densidad poblacional es alta, pues se calcula que en promedio hay 136.9 habitantes por hectárea.

---

<sup>152</sup> Según los datos más recientes del INEGI, el II Censo de Población y Vivienda (2005), el Distrito Federal tiene 16 Delegaciones políticas, su extensión: 1 485 km<sup>2</sup>, el 0.1% del territorio nacional. Tiene una población: 8 720 916 habitantes, lo que corresponde al 8.4% del total del país. La distribución de población es: 99.7% urbana y 0.3% rural; a nivel nacional el dato es de 76 y 24% respectivamente. Posee una extensión territorial de 1 485 kilómetros cuadrados (Km<sup>2</sup>). Por ello es la entidad federativa más pequeña a nivel nacional. Su densidad poblacional es muy alta, habitan 5 871 personas por kilómetro cuadrado, este lugar posee la mayor densidad de población en el país, el promedio a nivel nacional es de 53 personas por kilómetro cuadrado. En esta demarcación había en 2005, 2 215 451 viviendas particulares. El grado de escolaridad promedio es de 10.2 (un grado de educación media superior); 8.1 el promedio nacional. En el Distrito Federal, la población de 15 años y más, en promedio ha aprobado un grado de educación media superior (grado promedio de escolaridad 10.2). En todo el país, la población de 15 años y más, en promedio ha terminado dos grados de secundaria (grado promedio de escolaridad 8.1). De cada 100 personas de 15 años y más 3 no tienen ningún grado de escolaridad; 7 tienen la primaria incompleta, 14 concluyeron la primaria, 4 no tienen la secundaria concluida, 23 finalizaron la secundaria, 8 no concluyeron la educación media superior, 18 completaron la educación media superior, 6 no concluyeron la educación profesional, 15 finalizaron la educación profesional y 2 tiene estudios de posgrado. Los datos oficiales hablan de que habitan en la ciudad personas que son hablantes de lengua indígena de 5 años y más constituyen este universo 2 de cada 100 personas, 1 de ellas no habla español. A nivel nacional 7 de cada 100 personas hablan lengua indígena. El sector de actividad que más aporta al PIB estatal son los servicios comunales, sociales y personales. Su aportación al PIB Nacional: 21.8%. La movilidad social que se registro en 2005 fue menor que en décadas anteriores, en ese año salieron del Distrito Federal 491 199 personas para radicarse en otra entidad. Según el INEGI entre las actividades económicas predominan las del sector terciario.

<sup>153</sup> Datos oficiales en la página electrónica del gobierno delegacional, recuperado en septiembre-octubre 2008, disponible en <http://www.gamadero.gob.mx/gam2007/cifras.html>.

La escolaridad es de 9.85 años. Su equipamiento cultural está integrado por 4 casas de cultura, 2 museos, 6 teatros, 16 bibliotecas y 20 deportivos.

Desde 2006 ha estado gobernada por el Partido de la Revolución Democrática<sup>154</sup>, de acuerdo a la Fundación de Estudios Urbanos y Metropolitanos Adolfo Christlieb<sup>155</sup>, esta demarcación ocupa el quinto lugar en la línea de pobreza acentuada con un índice de pobreza de 0.1156, precedida por Milpa Alta, Xochimilco, Iztapalapa y Tlahuac. El mismo informe revela que las delegaciones Iztapalapa, Gustavo A. Madero, Álvaro Obregón y Tlalpan tuvieron una amplia aportación a la pobreza acentuada total en el Distrito Federal en el año 2000, incluso en conjunto aglutinaron 51.21% de la pobreza acentuada en el D.F. La localidad posee dos grandes ejes de actividad económica: el turismo religioso, pues alberga a la Basílica de Guadalupe que cada año recibe alrededor de 4 millones de peregrinos para el festejo del 12 de diciembre; y por otro lado en ciertas zonas se ubican varias industrias que en la década de los setentas se establecieron en lo que era una zona periférica. Esta circunstancia hace que esta delegación tenga una contribución significativa a la desigualdad total del Distrito Federal pues posee una población ocupada muy grande pero algunas tienen una pobreza total como la zona de Cuauhtépec<sup>156</sup>.

#### **4.2.2.3 La zona objeto de estudio**

La zona que se investigó en este trabajo se ubica prácticamente al centro de la delegación Gustavo A. Madero, esto constituye su mayor peculiaridad, pues a pesar de tener rasgos de zona de periferia, el asentamiento observado se enclava, casi en pleno centro de la zona metropolitana de la Ciudad de México, y a unos 3 kilómetros de las oficinas administrativas de la delegación.

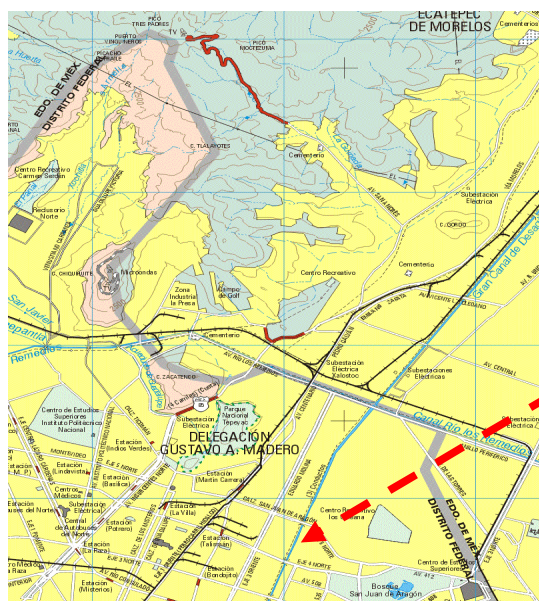
---

<sup>154</sup> Un suceso por el que la demarcación alcanzó notoriedad fue el caso de la discoteca *News Divine*, en donde en junio de 2008, murieron doce personas asfixiadas y 102 menores fueron remitidos al ministerio público, por un mal operativo dirigido al combatir el narcomenudeo, encabezado por la Unipol (Mando Único Policial) en la demarcación.

<sup>155</sup> Fundación de Estudios Urbanos y Metropolitanos Adolfo Christlieb “La pobreza y la desigualdad en las demarcaciones territoriales del D.F., estudio realizado en 2003. Consultado en enero del 2008, disponible en <http://www.fundacion-christlieb.org.mx/estudios/estudio13.pdf>.

<sup>156</sup> Comunicado de prensa (2007-10-21) donde el entonces titular de la delegación Francisco Chiguil reconoce los altos índices de marginalidad en esa zona. Página oficial de la delegación en <http://www.gamadero.df.gob.mx/gam2007/comunicacionsocial/comunicados/octubre2007/2007-10-21-306-07.htm>

MAPA 1



A partir de la clasificación que hace AMAI, descrita antes<sup>157</sup>, se realizó la tipificación por NSE e identificación de nuestro grupo social observable<sup>158</sup>. Igualmente la exploración del lugar en el trabajo piloto realizado en agosto de 2008 y el trabajo de campo de en julio y agosto de 2009, a partir del uso de entrevistas y observaciones subsecuentes, permitieron encontrar similitudes y diferencias para complementar y ampliar las clasificaciones generales

<sup>157</sup> En el capítulo II, página 102.

<sup>158</sup> La descripción que hace la AMAI a partir de la posesión de diversas variables antes mencionadas, en el NSE en el que se clasificaría nuestro grupo observable es en el E. Este es el segmento poblacional más pobre. Se caracteriza por carecer de todos los servicios y bienes satisfactorios. En principio aspiran a contar con una propiedad y los servicios sanitarios mínimos. Representa el 10% de la población. Sus viviendas tienen en promedio entre 2 habitaciones y aunque la mayoría están construidas con de tabiques, también hay paredes y techos de lamina y cartón. En promedio tienen 1 habitación para dormir y sólo dos terceras partes tienen baño. Los pisos son de cemento y tierra, la mitad tiene vivienda propia, el resto la alquila o la tiene prestada. Su infraestructura sanitaria es muy precaria, menos de una tercera parte está conectadas a la red pública de abastecimiento de agua, dos de cada tres tiene que salir de su casa para conseguir agua, tres de cada cinco no esta conectado al sistema público de drenaje, sólo tiene lavadero, no hay regadera, ni lavabo, ni fregadero. Su infraestructura práctica se caracteriza por que en general no hay automóviles, sólo dos terceras partes cuentan con estufa de gas, y solo la mitad tiene refrigerador y licuadora, no existen otros electrodomésticos. La infraestructura de comunicación y entretenimiento tiene como principales rasgos el que uno de cada cinco viviendas cuentan teléfono fijo y con teléfono celular, no cuentan con televisión de paga y solo el 60% tienen una televisión a color, muy pocos tienen DVD o videocasetera, sólo un tercio cuenta con equipos estereofónicos o minicomponentes y sólo uno de cada cinco tiene equipos independientes de radio o reproductor de discos compactos, no hay videojuegos, computadoras, ni Internet. El perfil educativo del jefe de familia se conforma del hecho de que cursó, en promedio, estudios a nivel básico sin completarla, y generalmente tiene subempleos o empleos eventuales. Su gasto lo invierten en su mayor parte en alimentos, transporte y pago de servicios, proporcionalmente gastan más en cereales y verduras.

de la AMAI que nos es útil. Estos rasgos nos llevan a situar socialmente a nuestros sujetos pues al compartir características socioeconómicas y culturales en condiciones de pobreza, podemos señalar que en conjunto pertenecen a una clase social, ello con el fin de explorar como estos rasgos sociales definen en mucho su interacción con los medios de comunicación a la vez que se constituyen como sujetos en los procesos políticos. Por su parte su *habitus* en estricta relación por su clase social deja ver esas estructuras estructurantes que definen su modo de ver el mundo, sus prácticas semejantes, así como la composición de su capital; cultural, social, económico y simbólico.

Sus características se describen a continuación:

#### 1. Viviendas

El primer rasgo es que este sitio es consecuencia de un proceso de *urbanización popular* (Rojas, 2007) en el que se observó un transformación del espacio urbano a partir de la apropiación por parte de familias carentes de un lugar propio para habitar.

Las viviendas se encuentran en una zona irregular, y fueron vendidas de algunas personas a otras como fueron llegando con un costo de alrededor de 10 mil pesos, algunas son prestadas, de tal modo que aunque habitan ahí y no pagan renta, no pueden considerarse propias. El hecho de que no paguen renta constituye un elemento importante para no considerar a estas familias en pobreza extrema pues los bajos ingresos que reciben no se ven mermados por un egreso periódico y obligatorio.

El precio actual del “traspaso” oscila entre los 20 y los 40 mil pesos dependiendo de la extensión de la vivienda, de que estén construidas las paredes, de cemento, con piso firme, techo de lámina o cartón y lo que contenga, es decir si se dejan puertas o ventanas fabricadas manualmente, montadas o puestas, etc. Así como la extensión, algunas viviendas son sólo de cuatro metros m<sup>2</sup>, otras, las menos, de 6 o 7, según fueron llegando, habilitando y ganando terreno.

Es posible advertir anuncios oficiales que indican “no construir” como lo muestra la imagen 1. No obstante en veinte años se han asentado alrededor de treinta y cinco familias, las viviendas están incluso numeradas de sur a norte.

- Las viviendas visitadas se conforman a partir de los llamados cuartos circulares, mismos que tienen varios usos prácticos, cocina, sala y hasta recámara. Algunas viviendas poseen 2 o

3 habitaciones, en realidad son divisiones provisionales elaboradas con materiales de cartón, madera y lámina principalmente, por lo general de desecho o en reuso. Básicamente estas construcciones responden a un proceso en el que se ha forjado su habitabilidad (Giglia, 2007), y en ese sentido son parte de la autoconstrucción. Al llegar a habitar los sitios, las familias han adecuado las condiciones existentes a sus necesidades prácticas inmediatas y con el paso del tiempo han hecho ajustes limitados al espacio y los recursos.

Las fachadas. Las más antiguas datan de hace 20 años, en ellas la estructura exterior es de tabiques y algunos pisos aplanados; también hay paredes y techos de lámina y cartón. Todas las viviendas acondicionaron pequeños baños con una conexión provisional a un drenaje del canal. Los pisos son de cemento y predominantemente tierra.

IMAGEN 1. LA ZONA, ÁNGULO DE ESTE A OESTE (TOMADA EN JULIO DE 2009)



Las áreas comunes de las viviendas son una franja de terracería que en tiempo de lluvia se convierte en un enorme lodazal, esta franja posibilita la relación entre los habitantes de la zona pues llegan a realizar reuniones o convivios en ese espacio, éste sirve también de paso a quienes provengan de avenida Talisman y se dirijan a la colonia circundante. La convivencia se realiza particularmente entre las personas de las quince primeras viviendas ubicadas de norte a sur, pues en esa orientación la franja disminuye hasta desaparecer y quedar el resto de las casas ya en la avenida, Gran Canal, como lo muestra la imagen 2.

Es común ver objetos de desecho como colchones, botes, cajas de cartón y madera, láminas y hasta mobiliario viejo como escritorios, libreros, puertas, etc., que forma parte de lo que algunas familias venden para subsistir.



IMAGEN 2. LA ZONA, ÁNGULO DE NORTE A SUR (TOMADA EN JULIO DE 2009)



## 2. Infraestructura Sanitaria

- El abastecimiento de agua es irregular, no hay una red formal que suministre agua a la zona, las personas se organizan para solicitar dos o tres veces a la semana una pipa, cuando ésta llega, surte a las primeras casas y si no hay suficiente, el resto de ellas no alcanza, lo que genera conflictos habituales entre las familias. El agua se almacena en botes grandes y cubetas cubiertas con tapas provisionales.
- Sólo tienen lavadero y dos familias una lavadora de funciones básicas. No hay regadera, lavabo, ni fregadero en ninguna vivienda.

## 3. Infraestructura Práctica

- Algunas familias tienen un taxi rentado, prestado o comprado en pagos. Se constituye como la base del ingreso familiar. Tres familias poseen camionetas de modelos antiguos que emplean para hacer mudanzas.
- Todas las familias poseen estufas de gas, y sólo la mitad tiene refrigerador y licuadora.
- No existen otros electrodomésticos

#### 4. Infraestructura de comunicación y entretenimiento

- Dado el carácter irregular de la colonia, ninguna vivienda posee teléfono fijo, pero en todos los hogares hay por lo menos un teléfono celular que funciona a partir de “recargas” desde 20 a 50 pesos semanales/mensuales, el uso de mensajes de texto se constituye una práctica común para evitar “que se coma el saldo”. En ellos se da información específica y concreta para mantener una comunicación, en ocasiones que responde a una necesidad coyuntural, pero en otras se hacen bromas.
- Todas las viviendas tienen por lo menos una televisión y a color, no cuentan con televisión de paga.
- Muy pocos tienen DVD o videocasetera.
- Sólo un tercio cuenta con equipos estéreofónicos o minicomponentes y muy pocos hogares tienen equipos independientes de radio o reproductor de discos compactos
- No hay videojuegos
- No hay computadoras, ni internet, éste se emplea en algunos hogares para tareas escolares pero el acceso es desde cibercafés.

#### 5. Perfil educativo del Jefe de Familia

- El jefe de familia de estos hogares cursó, en promedio, estudios a nivel primaria sin completarla, y generalmente tiene subempleos o empleos eventuales. Algunas personas tienen trabajos informales como la venta de material para reuso o aseo ajeno, venta de alimentos o diversos productos en puestos ambulantes.

#### 6. Gasto

- Es principalmente administrado por las mujeres.
- La mayor parte de su gasto lo invierten en alimentos, transporte y pago de servicios.
- Proporcionalmente gastan más en cereales y verduras.

Algunas otras variables que consideramos rasgos distintivos de los habitantes del lugar son:

Ingreso

- Nivel de ingreso, de dos a tres salarios mínimos: entre 1500 y 2000 pesos mensuales en las 8 familias entrevistadas.

7. Tipo de empleo:

- Predominantemente informal, en la mayor parte de los casos el ingreso se percibe a partir de actividades fuera de la economía formal, hay desde albañiles contratados por obra, talabarteros, taxistas, hojalateros, comerciantes ambulantes y en muy pocos son obreros contratados y empleados de baja jerarquía.

8. Servicios de salud

- La mayoría de las familias no cuentan con seguridad social, dado que sus empleos son informales, la atención médica que reciben es en los centros de salud comunitarios del gobierno de la ciudad o en los establecimientos de Farmacias Similares, donde la consulta cuesta entre 10 y 20 pesos.

9. Servicios públicos

- La zona cuenta con alumbrado público, dado que todo el canal tiene red de alumbrado, y la colonia formal que se encuentra colindante al oriente, sí posee ese servicio, la hoy extinta Compañía de Luz y Fuerza del Centro montó un cableado que provee de energía a las viviendas, les llega recibo de luz con un gasto consumo aproximado de setenta pesos bimestrales.
- Un camión de basura pasa dos o tres veces por semana para la recolección. No obstante puede observarse grandes cantidades de basura amontonada en una pequeña loma justo enfrente de las casas y que da hacia la avenida Gran Canal. A un lado de esta loma hay un pequeño parque bardeado con juegos infantiles y áreas para jugar fútbol y básquetbol. Por las tardes constituye el centro de reunión de niños y jóvenes pues su acceso resulta útil para dos o tres colonias de esta zona. Ocasionalmente se organizan algunos encuentros informales con vecinos de la misma zona y la colonia colindante.

Durante las campañas políticas para la elección de diputados locales, federales y delegado, en las llamadas elecciones intermedias, el Partido Verde Ecologista de México (PVEM) realizó brigadas de saneamiento, limpieza y reforestación en esa loma y el parque. A ella se sumaron vecinos de la colonia observada, argumentando una preocupación y cuidado del medio ambiente, misma que ese partido buscó ligar con el tema de la inseguridad pública, laboral y de salud, como ejes centrales de una intensa campaña mediática que condensaba las principales preocupaciones de los electores, sobre todo de los sectores más vulnerables.

El PVEM presentó una campaña muy agresiva en cuanto a imágenes y propuestas, haciendo hincapié en la pena de muerte para solucionar el tema de la inseguridad. En coalición con el PRI en 63 de los 300 distritos, este partido enfocó su campaña en la inseguridad pública por medio de imágenes de extorsiones telefónicas, personas secuestradas, amordazadas o asaltadas a punto de pistola. Con estas situaciones virtuales de violencia, el PVEM buscaba persuadir que es menos doloroso aplicar la pena capital al secuestrador a que éste *ejecute* a su víctima. “Dolor es recibir la llamada del secuestrador de tu hija”, dice uno de sus mensajes. También ese partido proponía una modificación a la Ley Federal del Trabajo para que se puedan extender contratos laborales por horas, vales canjeables por medicinas y servicios médicos para ciudadanos no adscritos a ningún servicio de salud, bonos de ayuda para que jóvenes de secundaria y preparatoria estudien lenguas extranjeras y computación, así como un sistema fiscal en donde los impuestos al consumo (de luz o tenencia, por ejemplo) sean eliminados para las personas de menos recursos y cargados a las que tienen más. (*La Jornada*, 29 de mayo del 2009).

Las más de treinta casas que conforman el sitio están asentadas sobre la orilla de la avenida Gran Canal, un río que cruzaba la zona y que ahora está entubado. La mayoría tiene paredes y techos de madera y cartón. Las casas se colocan juntas unas de otras y no poseen ningún patio ni segundos pisos. Se comparten muchas áreas comunes, cada casa tiene sus lavaderos que se ubican a los lados de cada una de ellas, los tendedores completan la zona de servicio. Todas están alineadas y recargadas sobre las paredes de una vieja estación de trolebuses, saben que es peligroso vivir ahí, pero “por ahora no tenemos otro lugar” comenta una habitante. Las dimensiones de las casas varían, van de 4 a 6 metros cuadrados y casi todas

tienen una sola habitación, el llamado cuarto circular, por la multiplicidad de usos. Se observan antenas aéreas y cables que conectan unas con otras. Cerca hay un pequeño parque con juegos metálicos y una pequeña cancha de fútbol, se puede mirar niños correr ahí. La mayoría de los pobladores se desplaza a otras zonas de la ciudad a trabajar, y otros se dedican a oficios distintos o al comercio informal, los niños van a las escuelas públicas cercanas.

■ Ubicación específica

- Asentamiento irregular en zona de ductos a espaldas de la una terminal de trolebuses de la red de transporte público del gobierno de la ciudad.
- Delegación Gustavo A. Madero, Eje 4 nte. y Av. Gran Canal, Col. Ejidos de San Juan de Aragón Sección 1.
- 35 familias asentadas, las primeras llegaron desde 1993 y el resto se ha ido incorporando a los largo de dos décadas.
- Zona de marginalidad. INEGI

El mapa que se muestra permite observar el enclave de este asentamiento con características de periferia, prácticamente al interior de una zona urbana regular.

MAPA 2



Fuente: Google maps, [http://maps.google.com/maps?hl=es&client=firefox-a&channel=s&rls=org.mozilla::official&q=maps++mexico&um=1&ie=UTF-8&sa=X&oi=geocode\\_result&resnum=1&ct=image](http://maps.google.com/maps?hl=es&client=firefox-a&channel=s&rls=org.mozilla::official&q=maps++mexico&um=1&ie=UTF-8&sa=X&oi=geocode_result&resnum=1&ct=image)

■ Descripción de las familias observadas

La mayoría de las familias entrevistadas son nucleares, con dos o tres hijos y son familias jóvenes, los padres tienen entre 30 y 45 años. Únicamente se observó una familia en la que los padres rebasaban los sesenta años y ésta era una familia extendida con los nietos ya adolescentes.

<i>Familia</i>	<i>Tipo</i>	<i>Composición</i>	<i>Escolaridad</i>	<i>Edad</i>	<i>Ocupación</i>
Montero Julio	Nuclear	Padre	1° de primaria	44	Albañil
		Madre	2° de primaria	33	Comerciante de objetos de reuso
		Hijo 1	3° de secundaria	14	Estudiante
		Hijo 2	2° de secundaria		Estudiante
		Hijo 3	-	5	-

<i>Familia</i>	<i>Tipo</i>	<i>Composición</i>	<i>Escolaridad</i>	<i>Edad</i>	<i>Ocupación</i>
García Zetina	Nuclear	Padre	Primaria	40	Albañil
		Madre	Sin escolaridad	43	Ama de casa
		Hijo 1	Secundaria	24	Obrero

<i>Familia</i>	<i>Tipo</i>	<i>Composición</i>	<i>Escolaridad</i>	<i>Edad</i>	<i>Ocupación</i>
Tolentino Zetina	Nuclear	Padre	Secundaria	39	Obrero
		Madre	3° de primaria	39	Ama de casa
		Hijo 1	Primaria	18	Hojalatero
		Hijo 2	3° de secundaria	15	Estudiante

<i>Familia</i>	<i>Tipo</i>	<i>Composición</i>	<i>Escolaridad</i>	<i>Edad</i>	<i>Ocupación</i>
Sánchez Zetina	Nuclear	Padre	Secundaria	49	Talabartero
		Madre	-	40	Ama de casa
		Hijo 1	Secundaria	21	Mensajero en fábrica
		Hijo 2	Secundaria	20	Talabartero

<i>Familia</i>	<i>Tipo</i>	<i>Composición</i>	<i>Escolaridad</i>	<i>Edad</i>	<i>Ocupación</i>
Ramírez Castillo	Nuclear	Padre	Primaria	52	Empleado
		Madre	Primaria	45	Ama de casa
		Hijo 1	Primaria	22	Empleado
		Hijo 2	Secundaria	19	Hogar

<i>Familia</i>	<i>Tipo</i>	<i>Composición</i>	<i>Escolaridad</i>	<i>Edad</i>	<i>Ocupación</i>
Rebollar García	Extensa	Padre	Primaria	65	Comerciante de fierro viejo
		Madre	Primaria	60	Ama de casa
		Hijo 1	Primaria	32	Empleado de mantenimiento
		Hijo 2	Primaria	30	Taxista
		Nieto 1	2° de secundaria	17	Empleado, encuestas
		Nieto 2	3° de secundaria	16	Hogar

<i>Familia</i>	<i>Tipo</i>	<i>Composición</i>	<i>Escolaridad</i>	<i>Edad</i>	<i>Ocupación</i>
Reyes López	Nuclear	Padre	Secundaria	36	Obrero
		Madre	Secundaria	28	Ama de casa
		Hijo 1	3° de primaria	9	Estudiante
		Hijo 2	1° de primaria	7	Estudiante

<i>Familia</i>	<i>Tipo</i>	<i>Composición</i>	<i>Escolaridad</i>	<i>Edad</i>	<i>Ocupación</i>
Maldonado Pérez	Nuclear	Padre	Secundaria	23	Comerciante
		Madre	Primaria	26	Ama de casa
		Hijo 1	1° de primaria	7	Estudiante

### **4.2.3 Hallazgos concretos**

#### **4.2.3.1 Los contextos socioculturales**

*El contexto en la interacción directa, las relaciones sociales*

El estudio y la exploración del contexto sociocultural en el que se desenvuelven los sujetos son clave para comprender la forma en que los procesos comunicativos se enlazan a las interacciones sociales y viceversa, de modo que la comunicación adquiere otra dimensión, se objetiva.

En la exploración del contexto sociocultural se observa que el plano físico y el político se superponen, esto es, el escenario real, el sitio, la colonia, el asentamiento, es una expresión de un contexto político y económico estructural, o sea, el contexto es el marco donde la estructura económica y material se plasman en formas de vida y organización así como en relaciones interpersonales e intragrupalas, con vecinos, familia e instituciones administrativas y políticas.

Primero, el asentamiento observado es parte de una dimensión amplia del capitalismo en la que dentro del proceso de desarrollo de la economía de mercado y la globalización, se produce una intensa expansión de las ciudades, en ello se generan zonas periféricas donde los sujetos se apropian de los espacios públicos, sujetos carentes de posibilidades de integrarse a formas estructuradas de patrimonialidad y acceden a las clasificaciones de pobreza multidimensional; y segundo, el sitio es una derivación de los conflictos entre las clases sociales y al interior de las mismas en la lucha por la subsistencia.

En este trabajo logramos captar como estas familias aceptan sus circunstancias, las condiciones de su vida cotidiana algo ya dado y natural, y en ese sentido sus expectativas y horizontes de vida poseen un carácter absolutamente simbólico que se orienta a lo mediático, sus expectativas reales son asumidas como nulas.



Esta investigación hace visible de manera clara como la clase social se constituye en un diferenciador importante en el estilo de vida, pues los rasgos en torno al espacio físico –la dimensionalidad del hogar-, la ubicación geográfica ligada estrechamente con la ubicación en la escala social, define en gran medida la relación con la televisión, desde el punto de vista simbólico y político. La exclusión que significa estar ubicados en una zona periférica contradictoriamente al interior de una demarcación en el centro del país, es un rasgo derivado de la posición en la escala social y por ende la distancia implica también una brecha en relación a las otras actividades culturales a las que un ciudadano debía poder acceder; en esas circunstancias la relación con la televisión es mucho más estrecha que en la clase media o alta. Aunado a ello la televisión concentra una gran centralidad en las actividades, el espacio físico lo estimula en gran medida, permanece encendida por mucho tiempo en el día y concentra actividades en comidas, charlas y ratos de ocio.

Se convierte en la ventana al mundo en términos de entretenimiento y diversión, pero también tiene una implicación en lo político, pues estas familias encuentran simbólicamente la felicidad sublimada a través de otros, en donde las aspiraciones e ilusiones condensadas en el amor, hacen posible romper las barreras de clases y subsanar la injusticia y la problemática cotidiana. Se construyen imaginarios sociales en torno a la ficción, enlazados a los propios imaginarios construidos desde el lugar social. Ello es lo que confiere el carácter político a la *televidencia*, pues tiene que ver con el estatus de la sociedad. Los contenidos formalmente expresados a través de los noticieros cobran otra dimensión en el contexto, pues los discursos de la clase política poco tienen que ver con su realidad vivida pero también forman parte del acervo, pues ante aquello de lo que no se tienen elementos para contrastar, se constituye parte de las percepciones, pues las posibilidades de acceso a otros referentes informativos, son limitados en el caso de la oferta televisiva en la Ciudad de México.

Este marco cognitivo en términos de la información sociopolítica disponible para el televidente-ciudadano constituye también parte del contexto situacional de nuestro grupo observable, pues además la homogenización en la oferta televisiva es parte de la expresión de las tendencias globales a la concentración mediática (Sinclair, 1990) y que responde a los propios procesos de expansión del capitalismo, pero que en el caso mexicano responde también a la hegemonía de las élites gobernantes y su relación con el Estado mexicano, en específico con el Partido Revolucionario Institucional (Hernández y Orozco, 2007).

De ese modo, el contexto como marco estructural donde se desarrolla la comunicación interpersonal y mediada, es el escenario vivencial donde los discursos de la clase política se ponen a prueba, se contrastan con la rutina y se enfrentan a formas negociadoras, de recepción. Igualmente las relaciones interpersonales que se tejen en ello, se constituyen por un lado como las propias expresiones de los conflictos de la sociedad y como las formas en que los sujetos dan sentido a las acciones prácticas de los políticos, a sus discursos mediáticos y a los discursos ideológicos y despolitizadores de las industrias culturales.

En ese sentido, las relaciones interpersonales e intragrupalas juegan un papel central en la como base de la objetivación de la cultura y por ende de la cultura política, y de ahí se observan, como lo señala Orozco (1994) las coordenadas en las que se “mueven” los procesos comunicativos de la recepción.

En general las treinta y cinco familias asentadas en la zona de estudio, no tienen una relación estrecha entre sí, hay una división marcada por el territorio y las necesidades prácticas. La mitad de familias ubicadas al sur, tienen una relación más cercana pero menos con las otras ubicadas al norte. Cabe decir que no hay una división tajante o una línea o vivienda que marque esta separación pero los vínculos tienden a ser menos fuertes a medida que la ubicación se polariza. Según los testimonios, a pesar de compartir el espacio no hay una convivencia solidaria en el grueso del asentamiento, algunas familias conviven entre si y se apoyan, pero en conjunto hay casos que ni siquiera se hablan, incluso tienen fuertes confrontaciones.

“No hay mucha relación, la gente no se presta, sólo con algunos se cuenta y nos apoyamos en problemas, pero casi no nos apoyamos, cuando hay problemas sólo entre algunos nos buscamos, con otros ni nos acercamos y hasta mejor de lejos, son hasta conflictivos, hay unos allá al final, que hasta narcomenudistas son, creo”.  
(Obrero, 24 años).

Las familias que habitan en el ángulo norte fueron las primeras en asentarse en el sitio y por lo tanto con mayor identidad en el lugar. A este factor se le suma la iniciativa a realizar las gestiones para allegarse de servicios públicos como la luz y el agua.

Esta última constituye un elemento en disputa, pues la pipa<sup>159</sup> provee del líquido dos o tres veces por semana en atención a oficios/cartas entregados (as). Los vecinos dicen que hay turno definidos para tal “meter el escrito”, pero que en la práctica los del “sur” no lo hacen, y los otros deben hacerlo cada vez, tal situación origina que la pipa descargue sólo a éstas. Este constituye un factor de continúa tensión, dado que se alega con frecuencia el favoritismo de las autoridades. La tensión llega hasta los reclamos y gritos pero nunca ha llegado a otro tipo de enfrentamiento, según dan cuenta los testimonios obtenidos.

Un acontecimiento que hizo aflorar las tensiones fue un incendio en una de las casas del norte, que prácticamente acabó con la vivienda. A iniciativa de uno de los miembros de esa familia mandaron una carta a Televisión Azteca en la que narraban el hecho y solicitaban el apoyo de la televisora. Inesperadamente obtuvieron una respuesta tanto rápida como favorable. En cuestión de semanas personal de esa empresa se comunicó con ellos para proveerles de enseres de emergencia, cobijas, alimentos enlatados, ropa y agua. Ese hecho se convirtió en un acontecimiento mediático pues se grabó y transmitió en varios espacios de las distintas señales. Meses más tarde a esa familia le entregaron una casa en una unidad habitacional del municipio de Ixtapaluca, justo el elemento clave de la pobreza de estas familias, el patrimonio en términos de vivienda. Del mismo modo, la televisora grabó la entrega de las llaves y la entrada por vez primera a la vivienda, que aunque pequeña y modesta, se convirtió en la concreción del sueño de esa familia y simbólicamente de muchas más que anhelan que de forma inesperada y por la gestión de “alguien más” puedan mejorar sus condiciones de vida.

Mientras el cambio se hacía a la nueva casa y la familia se alojaba en un albergue que la televisora les consiguió, vecinos del sur saquearon, en una noche, las pocas pertenencias de esa familia, marcando e iniciando tensiones y una distancia entre unas y otras.

La mercadotecnia social de Televisión Azteca, se convirtió en el enlace con la audiencia de escasos recursos, pues de ahí el mirar el *Juguetería*, evento mediático para el acopio de juguetes destinados a niños de familias pobres el día de reyes, y otros eventos de ese corte, constituyó

---

<sup>159</sup> Carros tanque o cisterna que distribuyen el agua en zonas donde existe escasez o no hay redes de distribución. La dependencia local encargada de la ejecución del servicio es la Dirección General de Obras y Desarrollo Urbano que a partir de la solicitud por escrito que el ciudadano ingrese en la ventanilla única de trámites y servicios de la delegación, opera a través del área de Operación Hidráulica la gestión con el Sistema de Aguas de la Ciudad de México, quien entrega el líquido a la pipa delegacional para que a su vez la entregue a los ciudadanos afectados, el trámite que implica oficios, revisiones, inspecciones, autorizaciones y demás, tarda alrededor de dos días cada vez, así que tiene que hacer la solicitud con tiempo por lo menos dos veces a la semana.

la posibilidad de salir de ese lugar o de ver a través de la felicidad de otros, la propia. De este modo la televisión se convierte en un *instrumento de gran ilusión* que permite a la clase baja presenciar grandes acontecimientos pero de forma indirecta (Bourdieu, 2002). Las expectativas y la utopía son objetivados a partir de lo que provee la pantalla. Los grupos mediáticos ofrecen espectáculo y entretenimiento a las masas, que tienen un menú muy limitado para elegir. Como se descubrió en el análisis de la programación de la televisión abierta en la Ciudad de México, en el apartado anterior, las claves de la programación de Televisa y TV Azteca se concentran en el espectáculo y en que al no haber más formas de hacer televisión de las cuales los mexicanos de la ciudad puedan elegir, esos son los modos en que se vinculan con el exterior.

Al estar deterioradas las formas de relación entre varios grupos familiares, los contenidos mediáticos ofrecen la posibilidad de construir otras formas de socialización. En festividades como navidad sólo se da la convivencia y solidaridad entre algunas familias, ocasionalmente algunos vecinos de la colonia alemana, les llevan comida, juguetes y ropa. Pero normalmente no hay algún otro tipo de vínculo con otras colonias de esa zona de la ciudad, ni siquiera en la asistencia a la misa cada domingo como es común en el grueso de la sociedad mexicana..

Esta investigación ha permitido entender la complejidad de factores que se mezclan tanto en los procesos de recepción como de interacción social. Existen distintos ámbitos donde las interacciones cobran diferentes sentidos, sobre todo ligados a lo que se ha definido como la política, lo que queda claro es la importancia de las redes sociales primarias, los grupos de referencia y las comunidades de interpretación juegan un rol central en la definición y construcción de simbolismos. En ellos se gestan las claves de interpretación y valoración de las distintas prácticas sociales. De ahí que la exploración cualitativa haya permitido aproximarse a esta serie de procesos y vinculaciones de una manera más cercana.

La exploración cualitativa nos ha dejado ver que los vínculos que se tejen en estas relaciones básicas son centrales para la conformación de otras prácticas asociadas a lo político. De inicio, la familia<sup>160</sup> es vista por nuestro grupo observable, como el centro de su relación con el exterior, desde ella es posible mirar y tomar como punto de partida el conectarse con el mundo. En ella se concentran las aspiraciones construidas socialmente y desde lo individual,

---

<sup>160</sup> Se decidió partir de la discusión de las concepciones en torno a la familia, no sólo porque metodológicamente se definió a ésta como grupo observable, sino porque se identificó que existe una importancia concreta en términos de construcción de proyecto de vida, a futuro y es el objeto catalizador de expectativas y utopías, además de ser un centro de referencia práctica.

y en conjunto, se construye una serie de utopías encaminadas a definir nuevos proyectos de vida. Al interior de las familias existen lazos de convivencia pactada y de solidaridad, apoyo mutuo y vínculos emocionales que además posibilitan la resolución de problemas cotidianos. En ella se transmiten los valores sociales y como parte de los procesos culturales se reproducen simbólicamente las estructuras macrosociales. De igual modo se establecen lazos emocionales que dan sentido a las prácticas diarias y articulan las acciones de supervivencia diaria.

“Mi familia lo es todo para mí, es muy bonita, es lo que más quiero” (Ama de casa, 25 años).

Se le atribuye una cualidad de objeto, pero simbólicamente es un objeto de referencia, pues las acciones cotidianas se concentran en retroalimentar su existencia. El contexto económico no afecta la concepción de la familia como unidad básica pese a la conciencia sobre la pobreza vivida, expresada y asumida.

“A pesar de tantas carencias, somos una familia unida, bonita. Para mí dentro de mi pobreza es una familia bonita” (Ama de casa, 60 años).

La existencia de la familia está ligada a la reproducción sistemática de valores, la conducta de los padres se define por el rol atribuido al ejemplo.

“Para mí la familia es ver a mis hijos, darles buen ejemplo y tratarlos bien” (Ama de casa, 40 años).

Pero también se observaron entre nuestros entrevistados signos de descomposición social incluso como parte de la falta de políticas públicas destinadas a enfrentar problemas propios de las generaciones de jóvenes que carecen de proyectos claros de vida<sup>161</sup> y la imposibilidad por acceder y mantener actividades educativas de largo alcance.

Y desde una perspectiva cultural, el acceso a la educación no tiene una importancia estratégica para ascender en la escala social, sino más bien a resolver los problemas inmediatos de subsistencia, como señala Heller (1977) apropiarse de las habilidades del ambiente dado significa, por lo tanto, no solamente interiorizar y desarrollar las capacidades humanas, sino también y al mismo tiempo, apropiarse de la alienación.

---

<sup>161</sup> Ver *Encuesta Nacional de la Juventud 2005*.

“Mis hijos ya no siguieron estudiando, uno de plano ya no quiso y el otro pues tenía que ayudarle a su papá en el taller, para sacar para comer y llevarla. No ha sido fácil que ellos dejen de estudiar pero ni modo, es la única forma de sobrevivir” (Ama de casa, 40 años).

Este aspecto es de gran importancia, pues ninguno de los miembros de las familias entrevistadas rebasa la secundaria como grado mayor de escolaridad. A decir de algunos, existen confrontaciones directas y habituales entre miembros de la familia, los proyectos de vida se trazan de manera individual y se está en familia más bien por conveniencia.

“Mi familia casi no está unida, mis hijos son más o menos agresivos y tienen muy poca comunicación” (Ama de casa, 45 años).

Incluso ha habido algunas detenciones policíacas en el sitio por venta de drogas, el narcomenudeo es una actividad relativamente común en personas de escasos recursos que encuentran en ella una posibilidad de tener ingresos.

Las acciones que en su conjunto se realizan se tejen para compartir no sólo los insumos necesarios para la subsistencia, sino el aliento de afrontar una serie de condiciones materiales adversas, que van desde la obtención de un ingreso necesario para la alimentación hasta los conflictos sociopolíticos cotidianos en una sociedad.

“Hay mucha corrupción y abusos, sobre todo con los pobres. Mi esposo fue acusado injustamente de robo por unos patrulleros, él se encontraba recogiendo material de desecho en una colonia del centro para venderlo y ellos le pidieron una mordida, pero como no quiso darles nada, se lo llevaron a la delegación, diciendo que las cosas que llevaba las había robado, nosotros no podíamos pagar la fianza, nos pedían tres mil pesos, así que se lo llevaron al reclusorio norte, todo fue horrible, yo tenía que irme a recolectar en las noches y dejar a mis hijos solos, de día dábamos vueltas y vueltas a la delegación, mi compadre me acompañaba cuando podía, íbamos con el abogado, al reclusorio, a buscar a la señora que le dio las cosas que los policías dijeron que mi esposo se había robado, pero no la encontrábamos, en el reclusorio lo golpearon la primera semana, yo lloraba solo cuando podía y hasta me enfermé, fue una situación horrible, mis hijos ni comían, no querían ir a la escuela. Después de un largo peregrinar, le estoy hablando de dos meses, por fin encontramos a la señora,

pudo atestiguar que ella le regaló las cosas usadas a mi esposo, a los policías no les hicieron nada y a nosotros, imagínese quien nos devuelve todo lo que sufrimos, pagamos, lloramos, nadie...” (Ama de casa, 33 años).

En este punto es importante señalar que la percepción sobre la corrupción y los abusos de parte de las autoridades, es completamente vivencial, e incluso casi se concibe como normal. Estos aspecto define empíricamente la importancia de la case social en las percepciones, como una *mediación* de referencia y que en buena medida conforma las identidades y percepciones desde las que se miran los sucesos. En diferentes testimonios fue posible advertir como de una manera u otra algún miembro de la familia ha sido objeto de algún abuso por parte de alguna autoridad, la mayoría citó una circunstancia o circunstancia en las que fueron llevados a prisión, a proceso legales sin culpabilidad, y hasta “asaltos” por patrulleros en sus propias viviendas. Los casos narrados muestran que además de una gran impunidad de la que gozan autoridades y funcionarios en la comisión de abusos y delitos, en este lugar social el acceso a los derechos es muy limitado.

Las narraciones sobre estos atropellos se constituyeron claves para entender las reservas y *mediaciones* en torno a algunas propuestas electorales en el contexto de las elecciones del 2009. El Partido Verde Ecologista de México planteó como uno de sus ejes temáticos de campaña difundida centralmente en televisión<sup>162</sup>, el problema de la inseguridad y la propuesta esgrimida ante ello era la pena de muerte, no obstante el saberse vulnerables ante un sistema de justicia poco eficiente y “corrupto”, definía claramente su posición al respecto.

“Yo no soy muy política ni nada, pero de tantas cosas que prometen, nada cumplen, por ejemplo la pena de muerte, no es posible, la cárcel está llena de gente que no ha hecho nada, la gente pobre de dónde va a sacar para lo que piden para la libertad. Uno ya perdió la fe en ellos, ya no les cree tan fácil, hay tanta corrupción, lo que yo he visto en la tele es que los maleantes son expolicías, entre ellos mismos son la mafia” (Ama de casa, 60 años).

---

<sup>162</sup> Otro medio donde este partido hizo una intensa campaña fue en la revista TVyNovelas, de Editorial Televisa que tira semanalmente alrededor de 550 mil ejemplares (Ramírez, Pilar, "Espacios para mujeres", en *Revista Mexicana de Comunicación* Num. 118, México, septiembre-octubre 2009).

El grupo observable en su conjunto se autopercebe como fuera de cualquier ámbito establecido y formal al estar fuera de toda regulación estatal, se crea una especie de limbo en el sentido de pertinencia e identidad.

“Nosotros estamos fuera de todo, estamos aquí olvidados por el mundo, nosotros no somos ni de aquí ni de allá, nos salimos de donde estábamos porque no era nuestro y la verdad nos sacaron, pero aquí tampoco es nuestro, nos traspasaron esta casita por diez mil pesos hace unos años que con trabajos juntamos, pero sabemos que no es de nosotros y que las autoridades nos pueden echar cuando quieran. Cuando son elecciones vienen los del PRD<sup>163</sup> a decirnos que nos van a regularizar o reubicar, pero pasando se olvidan. *A días* vienen los patrulleros y nos amenazan con que ya nos van a sacar y a veces hay que darles algo para sus *bisnes*, y ni que decir, hay que darles y ni a quien le importe”. (Ama de casa, 65 años).

El entorno territorial puede ser definido como otra *mediación* importante, como parte de las contradicciones que el capitalismo y la globalización expresan, la vivencia en ciudad. La condición de vivir en una ciudad impacta directamente en la percepción del mundo, pues a partir de la vivencia y la experimentación diaria de sus contradicciones, los habitantes de la ciudad imprimen un sentido a sus significaciones (Reguillo, 2005), la ciudad se entiende como el depósito de las representaciones culturales que reproducen la identidad nacional. La ciudad capital impone un orden a todo el país y, a la vez, combina elementos locales y nacionales (Zarate, 2004). Los procesos de industrialización propios de la modernidad implicaron fuertes olas migratorias campo-ciudad, nuestro grupo observable es la consecuencia de la intensa migración en los sesentas y setentas que actualmente define poblacionalmente a la Ciudad de México. Las amas de casa y jefes de familia son hijos de padres oriundos de algún estado del interior de la república, y ellos ya nacieron aquí. Desde sus recuerdos de infancia la vivencia en ciudad ha estado presente, básicamente por dos aspectos, las largas travesías para los centros de trabajo y su apropiación “cultural” de la ciudad centrada en puntos clave como Chapultepec, el Zócalo, el *Centro*, etc.

Fuera de esos puntos no existen mayores relaciones con la oferta cultural, con el campo de la producción cultural, (Bourdieu, 2002) en específico como la que define como el subcampo

---

<sup>163</sup> Es importante apuntar que durante el trabajo de campo piloto en agosto del 2008, la familia entrevistada se asumió como militante de ese partido e indicó que en su mayoría, las familias ahí asentadas estaban afiliadas al partido, la información se corroboró en el levantamiento posterior con otras familias y agregaron que ahora ya no pertenecían a ningún partido por la falta de promesas incumplidas.



de la producción restringida, que corresponde a la «alta cultura» y al arte legitimado, con las correspondientes instituciones legitimadoras y en oposición al de la cultura de masas. El acceso a este tipo de espacios y actividades culturales<sup>164</sup> forma parte de su *habitus*:

“No estamos acostumbrados a ir a esas cosas, pero deberíamos” (Ama de casa, 45 años).

Este aspecto cobra importancia en el análisis pues permite entender una particularidad de la relación de las familias pobres estudiadas, pertenecientes a las clases populares, con las actividades culturales, pues se observa que circunstancias macroestructurales como la escasez de capital cultural y económico les aleja de otro tipo de actividades culturales y les acercan a la práctica de ver televisión. En otros términos, les colocan en una situación de exclusión social, como la imposibilidad de acceder a un bien básico como puede considerarse la educación y las actividades relacionadas con ella, como las no estructuradas y que serían las llamadas actividades culturales, ello sin duda agrava la propia circunstancia de pobreza pues se produce un círculo vicioso.

En este aspecto, la investigación permitió distinguir tres rasgos:

1. Se define ambiguamente el concepto de actividad cultural y su importancia. Se asocia con el arte legitimado y el entretenimiento:

“Ir al circo, zoológico, al parque y al museo es importante pues los niños se distraen, si hay problemas se distraen y se olvidan de las cosas que pasan” (Mujer comerciante, 33 años).

2. A pesar de ello se le atribuye gran importancia y valor práctico con expresiones de *buena voluntad cultural*<sup>165</sup>:

“Esas actividades sirven de experiencia a hijos y padres” (Ama de casa, 40 años).

“Son importantes porque uno puede aprender sobre agricultura, sobre el mundo y

---

<sup>164</sup> En las entrevistas se utilizó intencionalmente el término “actividades culturales” para observar las concepciones y disposiciones sobre ese aspecto.

<sup>165</sup> Bourdieu (2002) define a la *Buena Voluntad Cultural* como un concepto que refleja una necesidad de la clase media y el proletariado por obtener el conocimiento y reconocimiento de la cultura legítima, aceptando que ella posee la cualidad dominante. Una declaración de “buena voluntad cultural” asume formas diferentes según el grado de familiaridad con la cultura legítima tales como el origen social y el modo de adquisición con la cultura. Señala que se manifiesta principalmente entre los más desposeídos culturalmente, quienes tienen pocas posibilidades reales de acudir realmente a actividades artísticas, los de mayor edad y los más alejados del centro político.

uno puede pensar” (Obrero, 24 años).

“Uno aprende cosas de esas culturas que ya no hay” (Ama de casa, 45 años).

“Son importantes para conocer otros lugares y más cosas” (Ama de casa, 26 años)

3. La ubicación geográfica y la distancia que implica el desplazamiento, así como el poco tiempo que puede destinarse a actividades definidas como culturales, establecen también una distancia práctica con el consumo cultural legítimo, para centrarlo en el hogar a través de la cultura de masas producida por las industrias culturales.

“El trabajo de mi esposo es de lunes a domingo, casi no salimos y nos quedamos en la casa viendo tele y haciendo las cosas de la casa” (Ama de casa, 28 años).

“No hay tiempo o no sabemos, aquí estamos olvidados, no nos damos cuenta de lo que pasa” (Ama de casa, 60 años).

Estos hallazgos corroboran los obtenidos por el equipo de Néstor García Canclini y Mabel Piccini (1993), en su estudio sobre consumo cultural en la Ciudad de México, en el sentido de la reclusión familiar en la vivienda y la preferencia por consumir, en ella, los bienes producidos por las industrias culturales, sobre todo para la clase baja.

En esa línea es importante considerar el papel que este marco estructural implica en la distribución del tiempo, pues los sujetos observados muestran un uso del tiempo ligado a su posición de clase, pues el trabajo es el centro de sus actividades al buscar la subsistencia diaria y en lógica de apropiación urbana de periferia, el tiempo de relajamiento o convivencia social se articula con la distancia y el tiempo de traslado.

Las travesías por la ciudad van acompañadas por largos recorridos, normalmente de la periferia a puntos centrales de trabajo industrial, alrededor de una hora y media para cada dirección, es decir, alrededor de tres horas diarias de trayecto de lunes a viernes y los sábados o domingos un poco menos. La llegada a casa es el punto final del día, para los hombres es el momento en que se convive un poco con la familia, o por lo menos con quienes están despiertos. Generalmente la esposa organiza la rutina de los hijos con la escuela, deberes domésticos y escolares, algunas alternan con sus propias actividades para allegarse de algunos ingresos más, por la mañana escuchan el radio mientras “hacen el quehacer” o a veces prenden la tele para “no sentirse solas y de vez en cuando oír los chismes que dicen”, por la tarde esperan su momento después de la comida, para ver sus telenovelas, “las veo todas” (Ama de casa, 27 años). Por la noche esperan al marido para servir la cena, contar los

pormenores del día y comentar el noticiero después de haber visto la telenovela. Los fines de semana la rutina se articula un tanto diferente. En algunos casos las jornadas de trabajo de los hombres son iguales y en otros queda tiempo para visitar a otros familiares, ver el fútbol, películas en casa o programas que “sean divertidos”. Los hijos pequeños se van a la escuela y al regreso comer viendo la tele, las noticias de la tarde con mamá, las caricaturas y luego hacer la tarea, también viendo la tele. En estos momentos de interacción se produce el *efecto de reacción de hablar*. Se comentan los contenidos replicando o mostrando algo en particular. Cuando los noticieros son parte de lo que se ve en conjunto, sobre todo con la mamá, tiende a utilizar la problemática que los medios tematizan para emplearlos como ejemplos de lo que puede pasar, de su vulnerabilidad frente a la “difícil situación del país”.

El espacio central de las casas lo constituyen pequeños cuartos que tienen usos diversos, en algunos son sala, comedor, cocina y recámara, en otros sala comedor, cocina y el espacio para dormir es otro cuarto pequeño donde hay varias camas en algunas hay una “tele” ahí.

#### **4.2.3.2 Interacción mediada. La *televidencia* y la política**

Antes se ha analizado el como las condiciones materiales de existencia trazadas por la pertenencia de clase, el lugar social, vertidas en el contexto físico y estructural delimitan la práctica de ver televisión, pero otros factores se ven también involucrados a nivel macro, en la relación entre la cultura política y la comunicación entre ellos la función ideológica de las industrias culturales en el proceso de dirección política o hegemónica tanto para legitimar al capitalismo como para trazar la relación de dominación de clases, ello conforma un escenario constante de poder y conflicto entre las clases sociales. A nivel micro estos procesos se reproducen y cobran sentido.

La limitada oferta televisiva, la homogenización en la misma, es parte de la expresión ideológica del mercado y de la definición política de las élites en complicidad con el Estado mexicano, ahora con una mayor defensa del libre mercado.

Estas condiciones macroestructurales posibilitan la generación de *supertemas* que se convierten en los universos temáticos que preocupan e inquietan a la audiencia y que se convierten en el eslabón o vínculo entre los contenidos mediáticos, las vivencias cotidianas con las instituciones del Estado, los discursos de la clase política, las relaciones interpersonales y el contexto.

En ello las *comunidades de apropiación* juegan un rol central, ahí los mensajes cobran significado pues los sujetos como parte de la audiencia, son parte de varios grupos, la familia, los vecinos son en este caso, claves en ello. En las reuniones familiares, casi siempre dispuestas en torno a la televisión, los sujetos son activos, el padre y la madre selección generalmente los contenidos y los géneros televisivos generalmente brindan materia de conversación a la vez que se contrasta y recrea lo que se vive y problematiza diariamente.

En el ámbito privado que constituye el hogar, ello se observa con la “autonomía relativa de la audiencia” (Orozco, 1994) que al mismo tiempo es ciudadanía (Vega, 2006). Pues hay un constante diálogo entre la vivencia diaria y el discurso mediático cargado de valores ideológicos, audiencia se ve estructuralmente limitada a hacer un proceso de consumo mediático completamente libre. Los distintos géneros ofrecen diariamente y en el hogar una oportunidad simbólica a la audiencia de, en el caso de los noticieros conocer lo que la clase política hace y lo que pasa en el mundo para esperar, en una lógica de utopía, que las cosas cambien; y en las telenovelas la posibilidad de verse recreada (González, 1987, 1994) (Martín-Barbero, 1987) en un mundo de ilusiones donde es posible revertir las distancias sociales y la injusticia para alcanzar la felicidad.

Silverstone (1994) ha definido que la domesticidad posee tres dimensiones, el hogar (unidad fenomenológica), la familia (unidad social) y la casa (unidad económica). Las rutinas familiares que nuestros sujetos observados articulan, se enlazan centralmente en estas tres dimensiones de domesticidad, se concibe a la familia y al hogar como parte de las estructuras de la vida cotidiana, a la vez que se concentra la subsistencia diaria en ella. Es el lugar de partida y de llegada que debe ser sostenido a la vez que integrado.

Como Rodríguez (2004) lo ha planteado, el proceso de ver televisión en familia además de ser complejo, está influenciado por una serie de mediaciones que originan una comunicación multidireccional que trasciende el momento de estar frente a la pantalla. En ese sentido la indagación de las dinámicas familiares y su interrelación con la pantalla es trascendente.

#### *Pautas de consumo de telenovelas y noticieros, la interacción familiar e integración a la vida cotidiana*

Las rutinas familiares tienen que ver centralmente con las actividades económicas necesarias para sobrevivir en un entorno adverso en condiciones materiales de escasez y exclusión social y con los vínculos emocionales y afectivos de los miembros de las familias en estudio.

Las actividades generales y rutinarias de nuestras familias observadas se concentran básicamente en cuatro: trabajo, escuela, quehaceres domésticos y ver televisión. La práctica de ver televisión traza también los quehaceres domésticos que también se alterna en otros momentos con la escucha radiofónica. En otros estudios el consumo individual de televisión ha aparecido como una práctica cada vez más generalizada, sin embargo en nuestro grupo observable esa tendencia se da en mucho menor medida, particularmente por el escaso espacio que se comparte, la interacción familiar es amplia, no obstante si se observaron prácticas individuales, sobre todo en los niños y jóvenes.

<i>Miembro</i>	<i>Entre semana</i>	<i>Fin de semana</i>
Padre	Trabajo	Trabajo/ver tv
Madre	Hogar/ver tv, escuchar la radio	Hogar/ver tv
Hijos	Escuela /ver tv, actividades recreativas (jugar, convivir con amigos)	Ver tv/actividades recreativas (jugar, convivir con amigos)
Otros (Nietos)	Escuela /ver tv, actividades recreativas (jugar, convivir con amigos)	Ver tv, actividades recreativas (jugar, convivir con amigos)

Dentro de lo que se considera tiempo libre, se encuentra también el ver televisión como una de las principales actividades, aquí se muestra una tabla de frecuencias, que si bien no es posible generalizar con la muestra que tenemos, si nos permite establecer tendencias, sobre todo por las condiciones en términos de consumo cultural, de equipamiento urbano en oferta cultural, y el capital cultural y económico para realizar otro tipo de actividades.

	<i>En casa</i>	<i>Fuera de casa</i>
Ver la tele	8	-
Platicar con la gente/amigos	-	3
Labores domésticas (coser, planchar, tejer)	4	-
Escuchar la radio/música	3	-
Ir al tianguis/compras	-	2
Visitar a la familia	-	2
Ir al parque	-	2

Hablar con los hijos	1	-
Dibujar	1	-
Leer	1	-
Platicar con la familia	1	-
Jugar	1	-
Jugar fútbol	1	-
Hacer ejercicio	-	1

Las rutinas son claramente definidas por género<sup>166</sup> entre semana. En la mayoría de los casos estudiados, el hombre sale a temprana hora a trabajar y regresa por la tarde-noche, en algunas familias regresa a mediodía a almorzar o comer. En este grupo observable se reproduce el patrón tradicional de división del trabajo familiar.

En los dos momentos en que el padre regresa a casa convive principalmente con la esposa, además la compañía de la televisión se hace patente, sobre todo al comer, mientras se intercambian puntos de vista sobre problemas familiares, se comentan los contenidos televisivos y se intercambian opiniones, sobre todo porque se sintoniza el noticiero según la hora. La relación más completa familiarmente y en torno a la televisión se da en los fines de semana. Estas reflexiones resultan pertinentes en el sentido en que Morley (1996) plantea la importancia sobre ¿qué significa mirar televisión? y sobre todo a partir de integrar dos cuestiones, el modo en que las audiencias interpretan la televisión y el uso que se hace del material televisivo en distintas familias.

En ese sentido, cabe anotar que en los momentos antes reseñados y al interior de la familia, se establece un diálogo entre el esposo y la esposa sobre los contenidos televisivos, en especial los informativos, se comentan las noticias en relación a vivencias propias para evitar circunstancias adversas como robos o asaltos, es una ventana que permite asomarse al exterior, se constituye un vínculo entre la esfera pública y la privada como ha señalado Silverstone (1994). De igual modo, las noticias se construyen como *supertemas* (Orozco, 1994)

<sup>166</sup> Cabría hacer un análisis hondo y profundo sobre este rasgo, sin embargo además de rebasar los límites de esta investigación, exige plantear con seriedad una ruta de estudio basada en amplios recursos teóricos desde la perspectiva de género de los que se carece. Aquí sólo se reseñarán los resultados en este aspecto sin una mayor profundización. De hecho resulta interesante que la mayoría de nuestros informantes clave fueron mujeres, amas de casa con algún otro empleo para ayudar a la economía familiar o enfocada directamente a la organización de las actividades y rutinas familiares y la educación de los hijos.

y 1997), entendiéndolos como aquellos universos temáticos que son cotidianamente importantes y sobre todo cercanos a ellos, tales como la inseguridad, el desempleo, la corrupción, transporte.

En los casos y momentos en los que el padre no se encuentra, la madre emplea material de los contenidos televisivos para ejemplificar los riesgos de la vida diaria en la ciudad, a veces el uso didáctico para la vida se emplea por ambos padres. Esta circunstancia resulta por demás interesante pues a pesar del escaso reconocimiento social sobre la labor doméstica y en la esfera política (Vega, 2004), las mujeres entrevistadas mostraron que al ser responsables de la educación de los hijos utilizando para ciertos aspectos los contenidos televisivos de que disponen, se conforman como el sujeto mediador y central en la recepción familiar. Ellas enfrentan cotidianamente las deficiencias en los servicios públicos, las carencias y la administración de los recursos con que se cuentan para subsistir, las negociaciones y gestiones con las otras familias y con los organismos que proveen los servicios.

De acuerdo con la investigación, puede señalarse que la experiencia de ver televisión en familia en nuestro grupo social observable:

- Cohesiona y estimula la interacción familiar, se construye un ritual.
- Se erige como un espacio para la conformación de una comunidad interpretativa. Se producen las *mediaciones*.
- Determina las rutinas y agendas colectivas, se invierten varias horas (horarios nocturnos-fines de semana).
- Provee temas de conversación, al interior y exterior de la familia
- Su consumo cultural varía por género y edad, pero algunos géneros cohesionan a la familia mexicana: películas, telenovelas y noticieros.
- Limita la convivencia colectiva-grupal-vecinal.
- Estimula el consumismo legitimado a nivel familiar, en marcas y productos.
- Se constituye como el espacio de esparcimiento ante la lejanía de oferta cultural, dimensiones geográficas de la ciudad, inseguridad en las calles, imposibilidad por acceder a otro tipo de actividades.
- Pone en común y a la discusión los temas de la agenda nacional vertida en la televisión

#### **4.2.3.3 Producción de sentido, la cultura política y la televisión**

##### *El significado de la televisión en el grupo social. Concepción sobre la televisión*

En este grupo social investigado la televisión tiene un lugar central en la definición de rutinas, en la organización del espacio doméstico y en la interlocución familiar. Su *habitus* es el elemento que lo define. Los resultados provenientes de nuestra exploración con el grupo observable de familias pobres en la Ciudad de México indican que la posesión de un aparato televisivo en el hogar responde a distintos procesos:

- i. Los que tienen que ver con el equipamiento doméstico de muebles y enseres necesarios para el desarrollo de actividades diarias.
- ii. Simbólicamente posibilitan la conexión y formación de una *esfera pública* (Habermas, 1994), ahí se obtiene información sobre el desarrollo y prácticas del ejercicio político formal, se comenta, se platica y hasta se debate al respecto.
- iii. Geográficamente posibilita la conexión simbólica con el resto de la ciudad ante un entorno distante con condiciones de exclusión social y en el ámbito de territorialidad.  
“Si no tuviéramos tele, no nos enteraríamos de nada, casi no nos enteramos de nada” (Ama de casa, 26 años).
- iv. Permiten el acceso a la oferta de la cultura de masas, dadas las carencias de capital cultural y económico, es posible obtener de la televisión una entrada a espectáculos mediados de todo tipo y de libre acceso. Ello se expresa como parte de la diferencia de clases, pues el acceso a la oferta de la cultura legítima o alta cultura (Bourdieu, 2002) es restringido.
- v. Constituye un espacio donde se obtiene un placer mediado.  
“Es una diversión sana, nos distrae un poco de los malos pensamientos y nos olvidamos de nuestros problemas y pobreza” (Ama de casa, 65 años)

##### *Recepción televisiva. Consumo, apropiación y resignificación de telenovelas y noticieros*

La cultura es definida como la atribución de significados incrustados en todas las prácticas sociales (Dagnino en Tejera Gaona, 2008), a las telenovelas y noticieros la audiencia les confiere significados específicos derivados de usos y vivencias puntuales.



El proceso de recepción metodológicamente posibilita aproximarse a las prácticas y usos asociados a los contenidos mediáticos, pero desde el punto de vista de la audiencia permite enlazarse con situaciones elementalmente humanas (González, 1987) que resultan paradigmáticamente reconocibles.

El enlace de la audiencia con los contenidos mediáticos articula la organización y el dominio del tiempo colectivo sobre el plan simbólico y esta es una de las funciones del *imaginario social* (Baczco, 1984). Ello se observa desde la organización del tiempo en la rutina diaria hasta el vínculo y trazado entre aquello que posibilita la ficción y lo que se convierte en una utopía y expectativas para la propia vida, hay un proceso de multisignificación (Jensen, 1990).

La televisión en este grupo social tiene un fuerte potencial articulador de rutinas, de formas de organización temporal y de socialización, en ella se tejen relaciones y momentos, incluso profiere representaciones colectivas las cuales se enlazan con la imaginación social, con sus simbolismos y sus ilusiones.

Las familias observadas encuentran en el melodrama un catalizador de sus expectativas a partir de los conflictos y tensiones acuñadas con el amor como eje del melodrama, mismo que como eje transita por las diferencias de clase y el conflicto social donde la pobreza de las clases bajas siempre es el escenario de los protagonistas. Los datos dejan ver que se identifica con claridad los polos sociales representados en los melodramas de manera sistemática. El conflicto entre los personajes es llevado por estas familias a la vida cotidiana creando una familiaridad con los personajes, ese conflicto simbólicamente representa los lugares sociales.

De los contenidos mediáticos se extrapolan experiencias tanto a nivel pedagógico para acercarse a procesos y procedimientos en términos de derechos como ciudadanos, hasta el conocimiento de situaciones de conflicto que pueden evitarse si se sabe como.

Las familias observadas mostraron distintos usos de los contenidos atravesados en su organización temporal, están presentes los que se dirigen a las mujeres y le muestran el apoyo del Estado para salvaguardar sus derechos, y están aquellos, sobre todo los noticiosos, donde es posible observar situaciones “peores” y más adversas que las que se viven, de donde definen estrategias de relación con la ciudad, horarios para salir a la calle, con compañía, visitas a ciertas zonas, para cuidar la propia seguridad y la de la familia, así como el interés y seguimiento de ciertos temas por considerarlos tan inmediatos.

En general la madre se encarga de la educación de los hijos, hace uso del material televisivo, pues dadas sus limitaciones en conocimiento formal<sup>167</sup> y escaso capital cultural institucionalizado. Ese medio de comunicación provee de elementos centrales para la formación de ellos, se observó que sucede con géneros tan distintos como los noticieros, las telenovelas y las otras series de ficción, en específico las mexicanas como *La Rosa de Guadalupe*, *Central de Abasto*, etc.

“Yo les explico a mis hijos que tengan cuidado, lo que pasa en la tele nos puede pasar todo el tiempo, la otra vez pasaron el caso de una muchacha violada y fue justo aquí abajo, yo le digo a mi hija que tenga mucho cuidado donde anda porque aquí mismo donde vivimos pasan esas cosas” (Ama de casa, 33 años).

“Las telenovelas nos dan mensajes sobre nuestra propia vida, sobre pobreza, dificultades en la familia, problemas de los hijos, hay que saberlo entender” (Ama de casa, 60 años).

La recreación dramática de los conflictos y problemas sociales proveen de elementos formales y hasta legales sobre rutas jurídicas e institucionales. De acuerdo a nuestra exploración fue posible captar como se lleva al plano real y personal estos conflictos para conocer posibles soluciones, que cabría decir, ante la ineficacia institucional de dar respuesta concreta a conflictos sociales, la audiencia investigada, que adopta también un carácter de ciudadano, busca allegarse de información que resuelva su desconocimiento de mecanismos, procedimientos e instancias que defiendan sus garantías. De este modo es posible observar un proceso dialéctico entre audiencia y ciudadanía.

“Me gusta *lo que callamos las mujeres* por la forma en que dan señales de cómo tratan a la mujer y que hacer para que no nos maltraten” (Ama de casa, 26 años)

El enlace con las telenovelas se logra a partir de las tramas y dramas. Para nuestro grupo observable las telenovelas no son una adicción, pero si implica un espacio y momento para deleitarse con las historias ajenas y las propias llevadas al extremo del conflicto, se reflejan las propias vivencias. Se ven figuras, estereotipos de belleza y desenlaces envidiables que satisfacen la necesidad de justicia y felicidad, de las tensiones de clase. La felicidad es vista

---

<sup>167</sup> Como se describió antes el mayor grado escolar alcanzado por algunas es la secundaria.

como el acceso a circunstancias favorables y positivas y sobre todo la justicia que la propia vida ofrece, a partir de un producto construido, sin embargo hay una conciencia sobre ese proceso de construcción de la realidad, sobre una realidad artificialmente recreada pero que a su vez alimenta las propias aspiraciones.

“Veo las telenovelas con mi esposo. Nos gusta el romanticismo y los dramas, los actores para darme un taco de ojo. En todas el rico se enamora de la pobre y al final terminan juntos, todas son así” (Ama de casa, 28 años).

“En las telenovelas uno aprende de la vida, lo que hemos vivido ahí lo vemos, también puede verse cuando la gente mala paga lo que hizo” (Ama de casa, 40 años).

“Yo veo las telenovelas con mi hija, ahí vemos el modo de actuar de las personas, como se comportan y como se *deben comportar*. Nos gusta ver como se arreglan las chicas bellas y los chicos. Nos gustan los paisajes, la historia y la emoción de lo que pasa, a veces también es para matar el tiempo” (Ama de casa, 33 años, cursivas nuestras).

Los contenidos mediáticos son un elemento importante de relación, sobre todo entre las mujeres y los provenientes de las telenovelas en lo que Thompson (1998) ha definido como *socialidad mediada*<sup>168</sup>, se intercambian puntos de vista sobre personajes, actores, tramas, desenlaces y sobre todo se establecen relaciones parasociales con actores y actrices de los distintos géneros de ficción, se habla de ellos con familiaridad. Así que los contenidos de las telenovelas no sólo proveen de materia prima para la socialización, sino que en torno a ellas se forman comunidades virtuales con personajes televisivos, se implican entonces nuevas formas de relación social.

En las telenovelas se tejen las expectativas e ilusiones de las audiencias, ahí se encuentran entrelazadas la realidad vivida y sufrida en un entorno de desigualdades, de injusticias, de corrupción, de impunidad con la sublimación de la justicia y la felicidad articuladas de una manera posible.

Los noticieros por su parte, se convierten en la ventana para monitorear la actividad política, son ampliamente consumidos por la posibilidad que ofrecen de seguir los acontecimientos

---

<sup>168</sup> Considera que el sentido de los grupos y comunidades con los cuales se comparten un trayecto a través del tiempo y el espacio, un origen común y un destino común es alterado. El sentido de pertenencia a grupos y comunidades son constituidas en parte a través de los medios.

políticos, de informarse y conocer, pero sobre todo bajo la ilusión de ver llegar mejores circunstancias.

En concordancia con los resultados de distintas encuestas nacionales sobre consumo cultural o de cultura política, los noticieros son los programas preferidos en este grupo observable y en conjunto. Existen diferencias en el consumo, los niños particularmente ven programas infantiles como caricaturas y películas, y también telenovelas con las mamás, pero en conjunto ven noticieros, a la hora de la comida, por la mañana y/o por la noche. Circunstancia que resulta interesante pues dadas las condiciones en que este grupo observable vive, la participación mediadora de los padres con el contenido posee mayor énfasis, el rol de los padres en este sentido se revaloriza. En consecuencia del análisis de la oferta televisiva en señal abierta que predomina en la Ciudad de México, es importante apuntar que ésta por naturaleza congrega a las familias, pues la señal de cable o satélite se produce y difunde con mayormente dirigida a segmentos. En ese sentido los valores tienden a integrarse más colectivamente.

Por otro lado, como se mencionó antes, el consumo de noticias en este grupo responde a una necesidad de monitorear la actividad política para observar y esperar algún acontecimiento nuevo y diferente en las prácticas de los políticos, pero sobre todo se cataliza la utopía esperanzadora de encontrar posibles signos de avances en el desarrollo de la sociedad mexicana. Avances que constituyen una posibilidad de acceder a mejores condiciones de vida y a encontrar motivaciones para esperar un futuro mejor.

“Estar enterados de lo que pasa, haber si paso algo nuevo, tenemos la esperanza de que el país cambie algún día” (Ama de casa, 45 años).

En ese sentido, la información obtenida sugiere también que los noticieros constituyen un espacio para presenciar, observar y ser espectadores de lo que sucede en una esfera lejana físicamente pero a la vez cercana porque forma parte de las discusiones de los asuntos públicos, sobre todo porque dentro del manejo informativo, los medios de comunicación en México han tendido a la espectacularización de la noticia, de modo que como rasgo de la comunicación política en México la televisión en particular, ha provocado cambios sustanciales en la forma de hacer política (Vega, 2004)<sup>169</sup>. En esa línea, la audiencia se

---

<sup>169</sup> Vega (2004: 104) ha dicho que “el contenido de las informaciones políticas no obedece necesariamente a áreas de interés, sino a la espectacularidad de los sucesos, ello con un afán de atraer la mayor audiencia

convierte en un espectador que no participa, sino un sujeto a la espera de lo que en el show televisivo se muestre. Así mismo como se ha visto antes, la oferta programática está ampliamente definida por las tendencias pragmáticas del mercado, las necesidades de la audiencia, pero también están construidas de una manera vertical, donde el acceso de la ciudadanía es limitado, y donde la oferta programática es unidireccional y unilateral, estimulando la distancia e imposibilitando vínculo alguno con la sociedad mexicana. Circunstancia que, como ha señalado Orozco (2000), ha contribuido de modo significativo a la desinformación y despolitización de la sociedad mexicana, agudizando tendencias tradicionales de pasividad y conformismo.

“Vemos los noticieros para ver que pasa, para seguir lo que hacen los políticos, para estar enterados de lo que hacen o no hacen” (Obrero casa, 24 años).

Los contenidos mediáticos son detonantes para socializar opiniones, críticas y comentarios en general sobre las prácticas políticas, se comparten puntos de vista al estar interactuando en conjunto y se conforman como materia prima para mirar y posicionarse frente al ejercicio del poder.

“Cuando vemos los `comerciales` y noticias uno se pone a dialogar sobre la política, mi esposo que es el que más sabe, nos explica a todos” (Ama de casa, 60 años).

El referente inicial para la conformación de percepciones sobre el ejercicio político lo constituye el diálogo familiar que se genera a partir de los contenidos mediáticos provenientes de la televisión. Como se ha mencionado antes, las rutinas diarias están imbricadas con las pautas de programación televisivas, y forma parte de las actividades de los distintos miembros de la familia por separado y en conjunto, y de igual modo en combinación con otras o como la propia actividad en sí. Se observó que un miembro de la familia, en general el padre, busca más información televisada, y en otros medios como la prensa, y la comenta con los integrantes, se da un proceso de socialización, *mediación* y apropiación y resignificación de los contenidos sobre todo a partir de su experiencia cotidiana y cercana.

---

posible. Así, las formas más frecuentes de hacer interesantes las noticias se traducen en enfatizar dramas y conflictos, en concentrarse en acontecimientos concretos y no asuntos abstractos, en personalizar informaciones, es decir, en centrarse en individuos y no en instituciones”.

“Mi esposo ve mucho las noticias y las comenta con nosotros, él sabe más. Comentamos como nos fue el año pasado con los políticos, si robaron, si cumplieron lo que prometieron” (Ama de casa, 28 años).

Es importante señalar que, de acuerdo a la información obtenida, dichos procesos no se realizan de forma racional y planeada, sino como parte de la integración transversal de la televisión a las actividades cotidianas, los contenidos se toman necesariamente como materia prima de socialización, a la vez que se socializan para tomarse como ejemplo, como información, como parámetros, como fuentes de apreciación y como reproducción de las tensiones sociales, de clase y en el ejercicio de los políticos a la vez que se confrontan y resignifican con la realidad vivida.

Las percepciones y opiniones sobre la política provienen de manera importante de los contenidos mediáticos, sobre todo de la televisión, que para este grupo observable constituyó la principal fuente de información, cuando se habla de política se refieren hechos completamente mediados que dan pauta a estructurar una opinión consensuada y retroalimentada en *la comunidad de apropiación* particularmente la familiar.

Cabe agregar que, como se señaló antes, este proceso pasa por una mediación tecnológica inserta en una estructura económica que requiere de construir un consenso, por lo que la información tiene una intencionalidad ideológica, a la que la audiencia puede responder de un modo negociado, como lo señaló Stuar Hall (en Morley, 1996).

“Este presidente ha agarrado más delincuentes, no ha mejorado la situación como quisiéramos, pero ha agarrado a personas que dañan a las familias” (Ama de casa, 33 años)<sup>170</sup>.

En esta verbalización es posible observar que en el tema del combate al narcotráfico no obstante se afirma que no ha habido avance o mejora “en la situación”, referida al nivel de vida, a la economía, se reconoce una labor efectiva del gobierno federal, las detenciones de “capos” se conocen y se valoran. Para ese asunto hay una lectura negociada.

---

<sup>170</sup> Aquí se hace alusión al programa de seguridad pública denominado “Guerra contra la delincuencia” que emprendió el presidente Felipe Calderón a principios de su gestión en el 2006 para cuyo fin se formó un gabinete de seguridad nacional, y se ha utilizado a las fuerzas armadas y a la Policía Federal. Esta “guerra” ha tenido una amplia difusión a través de los medios de comunicación, con fuertes componentes de espectacularidad en la captura de narcotraficantes, los decomisos de droga y armamento. Cabe señalar que la información que alimenta esta difusión proviene generalmente de fuentes gubernamentales.

*Percepción sobre la política y sociedad. Contenidos y redes sociales durante las elecciones del 2009*

Durante las campañas políticas de julio de 2009, se organizaban algunas familias, principalmente las mujeres con los niños para ir juntos a los mítines y/o reuniones de comités de base de distintos partidos, principalmente del Verde Ecologista. En otras elecciones se habían asumido como militantes del PRD en una relación más bien de tipo clientelar (Tejera Gaona, 2009), pero después de haber terminado periodos de diputados locales, federales y delegados sin cumplir sus promesas, para esta campaña dejaron de apoyar a ese partido. Circunstancia que, en las condiciones de existencia y vulnerabilidad de este grupo, cobra una gran importancia en torno a lo que se concibe como ejercicio político.

“Venían siempre los del PRD, nosotros les ayudábamos a repartir volantes, hacer pintas a ir a los mítines o donde nos dijeran, y votábamos por ellos. Nos habían dicho que nos iban a ayudar a regularizarnos o reubicarnos, pero nunca cumplieron” (Ama de casa, 33 años).

Vinieron los del PRD, PAN, PVEM y PT, dan despensas, piden el voto, nos dicen que todo va a cambiar y que nos van a dar una vivienda, pero en esta ocasión la gente ya no quiso creer” (Ama de casa, 28 años).

La propia circunstancia concreta de las falsas expectativas creadas por los partidos políticos y el intercambio de opiniones sobre la situación que se atraviesa, la espectacularidad con la que las televisoras mexicanas recrean las prácticas políticas así como la socialización de ello, son factores que intervienen de forma importante en la percepción sobre lo político.

En ese sentido puede decirse que la experiencia cotidiana se enlaza directa y estrechamente con la información mediada, la que proviene de los medios de comunicación y como ya se ha dicho preponderantemente de la televisión de igual modo la utopía cataliza ambos aspectos.

“Siempre le habíamos ido al PRD, ahora cambiamos al verde, pues ya están acabando con los bosques y las áreas verdes. Por medio de la televisión hemos visto reportajes de cómo se acaban los árboles, los montes y las selvas. El candidato del verde vino a sembrar plantas y árboles al parque y nosotros salimos a ayudarlos. (Ama de casa, 33 años).

Aquí cabe destacar la propia conciencia sobre su participación en distintas actividades de tipo político y electoral. Como el testimonio antes citado deja ver, hasta el año pasado, estas familias no sólo acudían a los llamados de los comités de base y las autoridades locales para ser parte de los actos oficiales del perredismo gobernante en la delegación, sino que estaban afiliados y había una simpatía ideológica con ese partido, misma que como parte del declive en las simpatías electorales alimentado por las pugnas internas partidistas, el distanciamiento de Andrés Manuel López Obrador con la dirigencia, así como el incumplimiento de las autoridades locales de promesas específicamente hechas a ellos, particularmente sobre su reubicación; se mermó al grado de salir de las filas del partido. Durante varios años se sostuvo una relación clientelar (Tejera, 2005; De la Peña, 1990) con el PRD, que con el tiempo se fue deteriorando ya que ellos habían recibido la reubicación que era parte del trato. Este último punto posibilita un par de reflexiones más en las que habría que profundizar en otras investigaciones:

- ⇒ Una que tiene que ver con la posible exploración de la participación política vinculada a las experiencias cotidianas frente a los discursos mediáticos, que tendría que ser objeto de estudio de otro trabajo.
- ⇒ Otra de carácter más amplio y que tiene que ver con la relación entre el consumo mediático y la experiencia cotidiana sobre todo de relación con las instituciones del Estado, pues se observó que el consumo de televisión es alto, en particular el de noticieros y telenovelas, además es frecuente, está definido y trazado por las distintas *mediaciones*, y para el caso de nuestro grupo observable la de clase y ubicación geográfica con mucha mayor fuerza; el proceso de recepción implica además del contexto la vinculación que derivada de las distintas *mediaciones*, se materializa en la construcción de supertemas, y es en general negociado (Hall, 1975), no obstante el marco de conocimiento de la ámbitos de la realidad que por su marginalidad periférica derivada de los procesos de globalización y su escaso capital cultural; está limitado a una programación que una industria altamente centralizada y concentrada ofrece y construye con base en sus propios objetivos. En ese sentido no todos los mensajes pueden ser negociados, aquellos de los que no se tienen otros referentes son apropiados de manera natural. Sería necesario indagar por un lado, la construcción del discurso en noticieros así como en



telenovelas o géneros de ficción y contrastarlos con estudios de recepción en muestras amplias de distintos grupos sociales. Ello cobra relevancia al advertirse la integración de discursos políticos de carácter electoral dentro de los guiones de las telenovelas, que además de constituir una violación a la legislación electoral en materia de comunicación política, vulnera el derecho de las audiencias a saber cuando se trata de ficción o de información de carácter político.

## *Conclusiones generales*

El estudio de la comunicación es una tarea muy ardua y compleja. Pese a que la investigación en Ciencias Sociales ha concentrado grandes esfuerzos en ello en las últimas décadas, este cometido es aún inacabado. Las aproximaciones metodológicas aún son insuficientes para, con mayor amplitud, acercarse a indagar los distintos procesos implícitos en ello y lograr diagnósticos que posibiliten una comprensión profunda y de esta manera lograr un impacto de la investigación social que se constituya como factor de cambio. Esta reflexión resulta pertinente por la multiplicidad de factores que deben ser considerados en esa tarea. Lull (1990) ha planteado que se requiere revisar las implicaciones sociales, culturales, económicas y políticas de los medios, y del contexto socio-histórico mismo, al mismo tiempo que la acción concreta de los sujetos en el proceso de recepción, a lo que hay que agregar el propio contexto del mismo.

Como se ha mencionado en el primer capítulo de este trabajo, la investigación de la comunicación ha oscilado principalmente entre el estudio de los efectos a los de la recepción, en dos perspectivas generales, el funcionalismo y la óptica crítica derivada de distintas relecturas del marxismo; al final de cuentas, el centro de atención lo ha constituido el impacto e influencia de los mensajes en la audiencia, el estudio del receptor. En una síntesis muy elemental puede decirse que el funcionalismo ha buscado indagar y medir la funcionalidad y disfuncionalidad de los medios en el sistema, mientras que en la óptica crítica primero se concentró en los efectos devastadores de los medios sobre la cultura, y luego pasó a buscar elementos de resistencia y negociación que la audiencia construye en una comunicación ideológica por naturaleza.

En ambos enfoques se han complejizado los modelos teórico-metodológicos al paso del tiempo, no obstante, en el estudio de la recepción se ha buscado integrar más elementos de carácter cualitativo que ayuden a entender la amplitud no sólo del proceso de la comunicación mediada, sino los territorios hacia donde éste se extiende y que de forma dialéctica va hacia otros procesos como la comunicación interpersonal, la relación con las instituciones del Estado, y hasta la construcción de imaginarios como respuesta a los procesos de conflicto en la sociedad.

Desde las distintas perspectivas en el campo de estudio de la comunicación se ha definido como prioridad buscar un impacto, pues a lo largo de la historia de la investigación en comunicación, sobre todo desde la óptica crítica, se ha logrado establecer que toda comunicación atraviesa por un proceso de producción propio del sistema económico y sus implicaciones en términos de la hegemonía, en tal sentido, toda comunicación y particularmente la mediada, se produce bajo ciertas condiciones estructurales, un contexto sociohistórico e implica una intencionalidad. Tal afirmación cobra mayor sentido cuando se entiende que la estructura económica y el modo de producción en la etapa actual de la sociedad, implican relaciones de poder y procesos de dominación en los que se articulan mecanismos para legitimar esta dominación. La hegemonía es parte de estos procesos, este concepto de Gramsci (1975), ha resultado útil para entender con mayor claridad que todo producto comunicativo está desprovisto de neutralidad y conlleva una carga ideológica implícita a veces con mayor intencionalidad que otras, sobre todo porque para el caso de nuestro objeto de estudio hay que enfatizar que las opciones de programación televisiva que existen en la Ciudad de México, provienen o son generadas por unos pocos emisores, en su gran mayoría pertenecientes a las élites de poder, producto de la alta concentración oligopólica en el sector audiovisual ya histórica en México.

Nuestra aproximación buscó también otros ángulos, pues en este trabajo se ha planteado además la implicación que en términos culturales ha tenido la comunicación mediada, en particular la televisión. Las formas de transmisión cultural han sido modificadas por los medios y ello ha implicado entre otras cosas nuevas formas de socialidad e introducción de hábitos, valores y cosmovisiones.

Cabe decir sin embargo, que una indagación más amplia sobre el emisor habría considerado estudiar a éste en conjunto con el mensaje, el contenido y discurso en los programas. Esta indagación debe hacerse acompañada de técnicas cuantitativas como el análisis de contenido para identificar con nitidez la intencionalidad y el sentido de los mensajes, tanto de telenovelas como de noticieros televisivos, géneros en los que se puso mayor énfasis en este trabajo; y análisis del discurso para identificar las formas y modos de enunciación en los discursos. Además de una exploración más extensa con base en las rutas que propone el estudio de la economía política de la comunicación. Tal tarea habría dado un mayor número

de elementos en cantidad y profundidad para nuestro cometido, no obstante ello rebasaba los recursos con que este trabajo ha contado y debe ser una tarea pendiente.

Estos planteamientos resultan pertinentes para establecer de forma concreta la gran conclusión de este trabajo, que además da cuerpo, contexto económico y sociohistórico que nos lleva al resto de los resultados y reflexiones.

Con ello como antecedentes en esta investigación se planteó la necesidad de reorientar la relación entre comunicación y cultura política partiendo del supuesto de que no se puede limitar dicho vínculo a la funcionalidad democrática que tienen los medios de comunicación y el potencial cívico que pueden tener. Aquí no se ignora esta posibilidad, se entiende y acepta con claridad las posibilidades cívico-didácticas que los medios de comunicación pueden tener para tal fin. No obstante, en esta investigación doctoral circunscrita y limitada a la aproximación de un estudio local de caso en la Ciudad de México con familias pobres, se ha buscado comprender los procesos ligados a esta relación, mismos que de forma dialéctica, van del emisor al receptor, o de manera más amplia, de los emisores a los receptores, mismos que a la vez son ciudadanos. En esa línea, se ha propuesto un modelo teórico-metodológico ha sugerido no limitar la indagación a la perspectiva del receptor y su capacidad activa, ni por otro lado, asumir el establecimiento de la hegemonía sólo estudiando al emisor como la Escuela Sociocrítica de Frankfurt lo concebía, sino plantear la relación entre ambos elementos como base para exponer que en esta conjunción se atribuyen significados sobre la estructura del poder y su toma de decisiones, es decir que como parte de la cultura, la comunicación en su conjunto, es un proceso en el que los grupos de poder económico y político proponen una visión, buscan establecer la hegemonía mediante *formas simbólicas* definidas utilizando el lenguaje y formato de los medios masivos de comunicación, en particular la televisión que en México tiene un alto consumo, y que en el grupo familiar se reconfiguran a partir de la experiencia cotidiana, matizada en gran medida por la condición de clase, misma que es el escenario para la socialización de los significados que emiten tanto el Estado como los grupos de poder económico, que para el caso de los México, algunos son parte del sistema mediático.

Antes de seguir hay que apuntar que si bien nuestra propuesta teórico-metodológica se construyó con la indagación de un grupo social, puede ampliarse a otros pues el planteamiento general puede incluir distintos sectores de la sociedad mexicana.

Por lo tanto, nuestra investigación permite afirmar que la cultura política de las familias estudiadas tiene un fuerte componente comunicativo definido por su condición de clase y por su ubicuidad espacial, la cultura política de este grupo social tiene un estrecho vínculo con su consumo cultural, en este grupo social los contenidos televisivos gozan de amplia credibilidad ligada al bajo nivel educativo, hay una fuerte dependencia de los contenidos televisivos en la rutinas y ante la limitación de acceder a otros aspectos de la oferta cultural de la vida urbana, la televisión es concentradora y articuladora de la organización familiar y en línea con los resultados generales de la ENCUP y CONACULTA (2010), los géneros preferidos por el grupo familiar son los noticieros y las telenovelas, aunque se observó un patrón de consumo diferenciado por edad y género, cuando el consumo es en familia, se da la preeminencia de esos géneros. En ese tenor debe señalarse que estos formatos sí constituyen fuentes de significación y referencia del panorama nacional, y aunque en el caso de la telenovela no se obtuvo información suficiente que permitiera establecer que de ella se hace una lectura política amplia, específicamente el conflicto entre clases sociales trivializado, rebasado o negado; puede decirse sin menoscabo que ambos géneros ofrecen elementos descriptivos sobre la vida social más allá de su ubicación periférica. Se encuentra en la investigación como de la televisión las familias estudiadas obtienen conocimiento, establecen una relación afectiva y valorativa, pero también y mucho más allá de ello, construyen nuevos significados sobre las estructuras del poder, significados desde su *habitus* definido por su clase social, hasta posibilidades de acceder a otros horizontes en su realidad inmediata.

El escaso acceso a otros ámbitos de consumo cultural los acerca a la televisión, la cual simboliza la posibilidad de conectarse a otros sitios de la propia ciudad, del país, del mundo.

Por lo tanto debe enfatizarse el hecho de que aunque su experiencia directa y cotidiana con las instituciones del Estado les hace depender en buena medida de la gestión de partidos políticos, también los contenidos televisivos se convierten en *supertemas* que forman parte de la materia prima que la televisión ofrece como insumo sobre el acontecer político en el ámbito nacional. Retoman temas generales con base a sus propias carencias. En este grupo

social la inseguridad y la justicia con centrales. Se definen temas locales con base en su experiencia cotidiana como la vivienda y los servicios públicos, pero se enlazan a los grandes temas al hacer una evaluación de la eficacia política del gobierno federal y del local.

Esta conclusión tiene que ver metodológicamente con la hipótesis y la pregunta general que guió esta investigación, la relación entre la comunicación y la cultura política como eje temático general. Se puede afirmar con base a esta investigación, que existe una relación estrecha que rebasa ampliamente un lazo de funcionalidad en el que los medios de comunicación, en específico la televisión como el medio de mayor penetración, pueden contribuir a consolidar la democracia a partir de inculcar valores democráticos en la educación cívica, para mejorar la valoración que los ciudadanos hacen del ejercicio político y por ende la calidad de la democracia.

La relación es clara y se consolida primeramente a partir del contexto macroestructural en el que la sociedad se encuentra. Por un lado, el modo de producción capitalista que a partir de la división social de trabajo implica una separación de clases y por ende tensión, conflicto y relaciones de poder entre ellas; lleva consigo una necesidad de hegemonía en la que los medios de comunicación cumplen una función ideológica a partir de la transmisión de significaciones políticas, que a nivel micro se reproduce en la comunicación interpersonal, en la educación que la familia instituye cotidianamente y en distintas prácticas.

No obstante, es justamente a nivel micro donde el análisis se complejiza. Existe una reproducción ideológica en la familia donde a través de la educación informal, los valores, los hábitos y las significaciones cobran sentidos más prácticos, y además la relación con los medios es mucho mayor. Sobre todo considerando el papel clave que la *mediación* de referencia tiene en este proceso, como parte del contexto, la pertenencia de clase junto con la mediación de espacio en la Ciudad de México conlleva otros elementos. Para tal fin se definió a ambas:

1. La *mediación de clase*. En términos comunicológicos la *mediación* de clase define en gran medida la televidencia, la clase baja articula el espacio y tiempo del hogar en relación a la televisión, ésta cohesiona y articula, se le atribuye verosimilitud ante un escaso capital cultural que provea elementos de crítica, y un escaso

capital económico que de acceso a otras actividades de tiempo libre y amplíen el abanico de posibilidades en el consumo cultural.

2. La *mediación de ciudad* constituye una articulación entre la experiencia de situar la vida en determinado espacio con una problemática real en términos de carencias, recursos, servicios públicos, el ansia de la vivienda, la exclusión de la oferta cultural, de equipamiento urbano, de una relación con el Estado condicionada a beneficios mutuos, y ello impacta sin duda en la forma en como se entienden los discursos del Estado, de la cultura política.

En la exploración del contexto sociocultural se observa que el plano físico y el político se superponen, esto es, el escenario real, el sitio, la colonia, el asentamiento, es una expresión de un contexto político y económico estructural, o sea, el contexto es el marco donde la estructura económica y material se plasman en formas de vida y organización así como en relaciones interpersonales e intragrupalas, con vecinos, familia e instituciones administrativas y políticas.

Primero, el asentamiento observado es parte de una dimensión amplia del capitalismo en la que dentro del proceso de desarrollo de la economía de mercado y la globalización, se produce una intensa expansión de las ciudades, en ello se generan zonas periféricas donde los sujetos se apropian de los espacios públicos, sujetos carentes de posibilidades de integrarse a formas estructuradas de patrimonialidad y acceden a las clasificaciones de pobreza multidimensional; y segundo, el sitio es una derivación de los conflictos entre las clases sociales y al interior de las mismas en la lucha por la subsistencia y la desazón.

Por otro lado, aquí logramos captar como estas familias aceptan sus circunstancias, las condiciones de su vida cotidiana algo ya dado y natural, y en ese sentido sus expectativas y horizontes de vida poseen un carácter absolutamente simbólico que se orienta a lo mediático, sus expectativas reales son asumidas como nulas.

Esta investigación hace visible de manera clara como la clase social se constituye en un diferenciador importante en el estilo de vida, pues los rasgos en torno al espacio físico –la dimensionalidad del hogar-, la ubicación geográfica ligada estrechamente con la ubicación en

la escala social, define en gran medida la relación con la televisión, desde el punto de vista simbólico y político. La exclusión que significa estar ubicados en una zona periférica contradictoriamente al interior de una demarcación en el centro del país, es un rasgo derivado de la posición en la escala social y por ende la distancia implica también una brecha en relación a las otras actividades culturales a las que un ciudadano debía poder acceder; en esas circunstancias la relación con la televisión es mucho más estrecha que en la clase media o alta. Aunado a ello la televisión concentra una gran centralidad en las actividades, el espacio físico lo estimula en gran medida, permanece encendida por mucho tiempo en el día y concentra actividades en comidas, charlas y ratos de ocio.

Se convierte en la ventana al mundo en términos de entretenimiento y diversión, pero también tiene una implicación en lo político, pues estas familias encuentran simbólicamente la felicidad sublimada a través de otros, en donde las aspiraciones e ilusiones condensadas en el amor, hacen posible romper las barreras de clases y subsanar la injusticia y la problemática cotidiana. Se construyen imaginarios sociales en torno a la ficción, enlazados a los propios imaginarios construidos desde el lugar social. Ello es lo que confiere el carácter político a la *televidencia*, pues tiene que ver con el estatus de la sociedad. Los contenidos formalmente expresados a través de los noticieros cobran otra dimensión en el contexto, pues los discursos de la clase política poco tienen que ver con su realidad vivida pero también forman parte del acervo, pues ante aquello de lo que no se tienen elementos para contrastar, se constituye parte de las percepciones, pues las posibilidades de acceso a otros referentes informativos, son limitados en el caso de la oferta televisiva en la Ciudad de México.

Este marco cognitivo en términos de la información sociopolítica disponible para el televidente-ciudadano constituye también parte del contexto situacional de nuestro grupo observable, y es muy limitado pues además la homogenización en la oferta televisiva es parte de la expresión de las tendencias globales a la concentración mediática (Sinclair, 1990) y que responde a los propios procesos de expansión del capitalismo. En el caso mexicano responde también a la hegemonía de las élites gobernantes y su relación con el Estado mexicano, en específico con el Partido Revolucionario Institucional (Hernández y Orozco, 2007). Hay que decir entonces que al ser limitado el marco cognitivo del que poseen estas familias, el proceso de resignificación también puede ser limitado, es decir, los discursos mediáticos en torno a la legitimación de sistema, a la reproducción de status, a las políticas



gubernamentales, en los temas puntuales de los que no hay mayor experiencia cotidiana, es limitado, como dijera Lazarsfeld (1944), las predisposiciones existentes de los sujetos que pudiesen limitar los efectos de la comunicación, pudiesen haber sido creadas por los propios medios.

De ese modo, el contexto como marco estructural donde se desarrolla la comunicación interpersonal y mediada, es el escenario vivencial donde los discursos de la clase política se ponen a prueba, se contrastan con la rutina y se enfrentan a formas negociadoras, de recepción. Igualmente las relaciones interpersonales que se tejen en ello, se constituyen por un lado como las propias expresiones de los conflictos de la sociedad y como las formas en que los sujetos dan sentido a las acciones prácticas de los políticos, a sus discursos mediáticos y a los discursos ideológicos y despoltizadores de las industrias culturales.

En ese sentido, las relaciones interpersonales e intragrupalas juegan un papel central en la como base de la objetivación de la cultura y por ende de la cultura política, y de ahí se observan, como lo señala Orozco (1994) las coordenadas en las que se “mueven” los procesos comunicativos de la recepción.

La observación de la relación comunicación y cultura política que implicó revisar al emisor y al receptor, nos ha dejado ver como a nivel estructural los dos principales emisores de la televisión abierta en la ciudad de México, Televisa y Televisión Azteca, forman parte de los grandes grupos de élite que concentran no sólo riqueza, sino poder en distintos ámbitos de la sociedad y sectores de la economía. La exploración del emisor no es estéril, por el contrario ha sido muy fructífera en tanto ha sido posible determinar la importancia que el sistema comunicativo de una sociedad tiene en la emisión y estructuración de contenidos políticos. La prevalencia de un modelo de entretenimiento rebasa la propia naturaleza del medio televisivo que se da a nivel mundial, pues al conferirse el carácter comercial al sistema televisivo desde la década de los 50's, hubo dos consecuencias importantes para la sociedad mexicana: primero se dejó de lado la función educativa y cultural de la televisión, y segundo el trabajo político-ideológico llevado a cabo por los consorcios televisivos ha sido parte de la subsistencia del sistema político mexicano, su relación es simbiótica. La revisión de ese vínculo, medios-Estado ha permitido ver desde otra perspectiva la importancia que reviste el estudio de la comunicación para comprender las relaciones políticas en la dinámica cultural.

Ello posee varias aristas. La penetración en términos de audiencia que logran estos grupos, tiene que ver, primero con su capacidad negociadora con el Estado para obtener concesiones y privilegios fiscales obtenidos prácticamente por naturaleza, en tanto el neoliberalismo adoptado en México a mediados de los setentas, considera dejar en manos del mercado la regulación y políticamente ha significado una alianza beneficiosa para ambas partes. Y en segundo lugar el conocimiento sistemático sobre las necesidades de la audiencia y sus matrices culturales para construir mensajes que se enlacen con ellas y lograr una sinergia entre contenidos y público.

Sobre el primer punto hay que decir que a mediados de la década pasada con el pleno funcionamiento y vigor del un sistema político mexicano construido por el Partido Revolucionario Institucional ansioso por mostrar una imagen de un nacionalismo revolucionario necesario para la consolidación del país; la relación medios-Estado funcionaba cabalmente. Ello permitió la concentración de los medios en pocas manos, Televisa consolidó enormes posesiones que no sólo se limitaron al sector audiovisual pues en los noventas llevó a cabo varios procesos importantes de integraciones horizontales y verticales.

Este esquema trazaría la relación de los medios electrónicos con el Estado. La programación que Televisa ha producido durante cincuenta años, se ha enlazado de una manera muy clara en el gusto de la audiencia mexicana, esta empresa pareciera haber encontrado una fórmula perfecta entre el uso social de la televisión a partir del escaso capital cultural de la misma y su necesidad imperante de sublimar por lo menos ficticiamente sus desigualdades, y las necesidades del sistema político mexicano casi perpetuado. A cambio del apoyo gubernamental en términos de concesiones y exenciones para estimular la expansión de Televisa, el gobierno recibió de ella todo el espacio para promoverse en propio discurso y en uno construido por la televisora a partir del manejo informativo y una parrilla programática carente de contextualización, profundización y análisis y con mucho entretenimiento.

Funcionalmente decidió desaparecer el conflicto de los contenidos en pantalla para mostrar, a partir de la ficción, un mundo en el que es posible lograr la felicidad minimizando las tensiones de clase y resolviéndolas en la mayoría de los casos mediante una norma social, el

matrimonio y la “eterna felicidad que ello implica”. Con esta idea se busca cotidianamente construir un consenso articulado que ha buscado desproveer de todo sentido crítico a las audiencias, no sólo por los contenidos en sí, sino por la cantidad de productos culturales de este corte cada día, y el resto de los productos derivados de ellos como programas de espectáculos en radio y televisión, revistas, programas especiales, etc., desde hace poco más de cincuenta años.

A partir de nuestra investigación se pudo establecer que la pantalla mexicana en señal abierta de la Ciudad de México contaba en 2008 con 22 telenovelas en todos los canales, de las cuales 16 eran de manufactura nacional, para lograr un total de 105 horas de transmisión a la semana, esto sin considerar los programas llamados “del corazón” que en todas las televisoras comerciales hay, además de las secciones de espectáculos que noticieros y programas de revistas tienen.

Televisión Azteca con una orientación mercadológica más dirigida a los sectores populares, a las clases bajas, ha reproducido el modelo, tanto el político de relación con el Estado como el programático. Una enorme acumulación de capital y expansión empresarial, sobre todo a partir del año 2000; y una estrecha cercanía con las élites de poder político formal, lo que deriva en escasa crítica al gobierno, información noticiosa proveniente en su mayoría de fuentes gubernamentales, y falta de contexto y análisis.

Lo mismo sucede con el Canal 28 de Vázquez Raña, quien, como se pudo observar en este trabajo, en el sexenio de Vicente Fox tuvo un auge empresarial importante y su menú de programación es claramente orientado al mismo rumbo que Televisa y Televisión Azteca.

A través de los noticieros de la televisión mexicana visibles en señal abierta en la ciudad de México y que se difunden por las redes nacionales a todo el país, se observa la imagen de país prolífico bajo la guía y liderazgo del presidente en turno. Un país encaminado al progreso. Los noticieros mexicanos se distinguen por difundir un mensaje permanente tranquilizante y desmovilizador de los televidentes, como lo ha afirmado Orozco (2000).

Aunque nuestros datos apuntan a un alto índice de programación noticiosa en todas las televisoras, que consta de 30 noticieros semanales en 160 horas, y sobre todo en Televisión Azteca (57 contra 31.75 de Televisa), se hace necesario revisar con detalle el manejo

informativo, las fuentes, la contextualización, el énfasis, el encuadre, la cantidad y tipo de información, etc., y otras variables que posibilitarían un diagnóstico más preciso en ese tenor y que no se realizaron en este trabajo. No obstante, los datos obtenidos indican un alto énfasis en el entretenimiento en la parrilla programática del tipo de señal que toda la audiencia de la ciudad puede sintonizar, pues 6 de cada 10 títulos contabilizados pertenecen a este macrogénero en los canales más vistos de la televisión abierta en la Ciudad de México, y sólo se identificó un programa de corte cultural y educativo en estas señales.

En lo que respecta a otras opciones temáticas, nuestro análisis indica que hay pocos programas de debate, y muchos programas de entretenimiento segmentado principalmente para niños, jóvenes y adultos. La televisión mexicana de señal abierta en la Ciudad de México es generalista y ningún canal comercial, excepto el canal 40 de Televisión Azteca se considera cultural. El antecedente de este canal requiere mención aparte pues como una señal arrebatada a CNI y concesionada originalmente a Javier Moreno Valle, busca a través de sus contenidos una legitimidad necesaria para construir la credibilidad como principal capital que un medio de comunicación requiere.

Si bien es cierto que los medios públicos reportan una baja sintonía proporción que resulta diametralmente opuesta a la cantidad de producciones propias y de carácter educativo y cultural que tienen en su menú, también lo es que sigue siendo un reto para ellas lograr establecer un vínculo con las matrices culturales de la audiencia que de modo alguno les conecte y pueda establecerse un diálogo entre los contenidos propuestos por esas televisoras y las necesidades de entretenimiento, educación e información que la audiencia posee, además de convertir a las propias audiencias en emisores para que el proceso comunicativo tenga un sentido más amplio.

Sobre el segundo punto se debe anotar que el análisis indica que como un hecho real, más allá del tipo de contenidos comerciales y de entretenimiento, el enfoque limitado de la información, la tendencia, los sesgos, la adjetivación, la simplicidad, la espectacularidad, etc, existe un alto nivel de sintonía de la audiencia mexicana, por lo menos en la Ciudad de México con Televisa y Televisión Azteca en sus señales abiertas. Ello se explica por el amplio conocimiento de la industria audiovisual sobre el público. Pudimos observar en el capítulo 3 la importancia del seguimiento de la satisfacción y expectativas del público sobre

las telenovelas. La aplicación de modelos de satisfacción del cliente permiten conocer las expectativas y significaciones que la audiencia construye en torno a esos productos culturales, y en ese sentido se construyen los mismos con base en ello. La estructura de organización de la pauta programática así como de personajes, historias, narrativas y continuidad de los títulos se deriva de ello.

Cabe apuntar que las opciones en la televisión mexicana son por tanto, muy limitadas en cuanto a sus géneros, macrogéneros, temáticas y fines. Esta situación no es de menor importancia pues en otras rutas de reflexión se puede decir que existe una relación importante entre la diversidad de contenidos de un sistema de medios y la democratización del sistema social, pues esta posibilita la mayor representación de intereses, acceso y multiplicidad miradas y expresiones sobre un mismo acontecimiento. Desde la óptica democrática la inclusión y equidad en la comunicación fortalece a la sociedad a partir de la obtención de mayores elementos de análisis e inclusión. En teoría, la propia lógica del mercado posibilitaría esta condición al integrar a más emisores a partir de la libre competencia. No obstante, en el caso analizado existe una alta concentración en el sistema televisivo y en coincidencia con lo que dice Lozano (2005), las audiencias no seleccionan conscientemente el tipo de programas que realmente necesitan o quieren, sino que eligen sólo de entre lo que está más ampliamente disponible.

Tales aspectos resultan de gran trascendencia en términos del avance de una sociedad a la democracia, pues no sólo visibilizan la actividad de distintos actores sociales y políticos en formatos producidos ex profeso, sino que además la definición de pautas de organización programática parte de criterios político-económicos y busca definir la orientación de la sociedad con los acontecimientos políticos y los temas de interés político a través de la mediación institucional de una empresa televisiva. La estructuración de la oferta cultural define y visibiliza las identidades culturales, pero también posibilita la exclusión de otras.

La concentración mediática impide la expresión de distintos actores en la escena y deliberación pública dado que en ese marco, el objetivo que persigue la sociedad en su conjunto, encuentra una gran distancia con el del lucro que ha orientado históricamente la relación de las empresas televisivas con la sociedad aunado a la expresión de voces únicas. En ese sentido se limita en gran medida la diversidad de expresiones culturales y sociales. De

ahí que las discusiones y revisiones sobre políticas de comunicación ocupen un lugar central en los procesos democráticos que nuestra sociedad enfrenta actualmente y sea pertinente la apertura y ampliación de distintos emisores, no sólo empresarios, sino también de la sociedad civil.

Por otro lado, la relación que se determinó a partir de analizar los modos de ver, leer y usar los contenidos mediáticos en un estudio de caso con familias pobres en la ciudad de México que a nivel macro se ven envueltas en un entorno de relaciones de poder y de conflicto, nos muestra un panorama complejo sobre esta relación.

Esta investigación nos ha permitido entender la complejidad de factores que se mezclan tanto en los procesos de recepción como de interacción social. Existen distintos ámbitos donde las interacciones cobran diferentes sentidos, sobre todo ligados a lo que se ha definido como la política, lo que queda claro es la importancia de las redes sociales primarias, los grupos de referencia y las comunidades de interpretación juegan un rol central en la definición y construcción de simbolismos. En ellos se gestan las claves de interpretación y valoración de las distintas prácticas sociales. De ahí que la exploración cualitativa haya permitido aproximarse a esta serie de procesos y vinculaciones de una manera más cercana.

La exploración cualitativa nos ha dejado advertir que los vínculos que se tejen en estas relaciones básicas son centrales para la conformación de otras prácticas asociadas a lo político. De inicio, la familia es concebida por este grupo observable, como el centro de su relación con el exterior, desde ella es posible mirar y tomar como punto de partida el conectarse con el mundo. Ahí se concentran las aspiraciones construidas socialmente y desde lo individual, y en conjunto, se construye una serie de utopías encaminadas a definir nuevos proyectos de vida. Sobre todo ante circunstancias de carencias centrales y que forman parte de los anhelos conjuntos, la vivienda o patrimonio. Al interior de las familias existen lazos de convivencia pactada y de solidaridad, apoyo mutuo y vínculos emocionales que además posibilitan la resolución de problemas cotidianos.

En ella se transmiten los valores sociales y como parte de los procesos culturales se reproducen simbólicamente las estructuras macrosociales. De igual modo se establecen

lazos emocionales que dan sentido a las prácticas diarias y articulan las acciones de supervivencia diaria.

A la familia se le atribuye una cualidad de objeto, pero simbólicamente es un objeto de referencia, pues las acciones cotidianas se concentran en retroalimentar su existencia. El contexto económico en el que se transcurre la vida no afecta la concepción de la familia como unidad básica, pese a la conciencia sobre la pobreza vivida y expresada. La existencia de la familia está ligada a la reproducción sistemática de valores, la conducta de los padres se define por el rol atribuido al ejemplo.

Fue posible anotar también signos de descomposición social incluso como parte de la falta de políticas públicas destinadas a enfrentar problemas propios de las generaciones de jóvenes que carecen de proyectos claros de vida y la imposibilidad por acceder y mantener actividades educativas de largo alcance. Y desde una perspectiva cultural, el acceso a la educación no tiene una importancia estratégica para ascender en la escala social, sino más bien a resolver los problemas inmediatos de subsistencia.

Este aspecto es de gran importancia, pues ninguno de los miembros de las familias entrevistadas rebasa la secundaria como grado mayor de escolaridad. Las acciones que en su conjunto se realizan, tienen que ver con el compartir no sólo los insumos necesarios para la subsistencia, sino el aliento de afrontar una serie de condiciones materiales adversas, que van desde la obtención de un ingreso necesario para la alimentación hasta los conflictos sociopolíticos cotidianos en una sociedad.

Es importante señalar que la percepción sobre la corrupción y los abusos de parte de las autoridades, es completamente vivencial, e incluso casi se concibe como normal. Este aspecto define de manera clara la importancia de la case social en las percepciones, como una mediación de referencia. En diferentes momentos fue posible advertir como de una manera u otra algún miembro de la familia ha sido objeto de algún abuso por parte de alguna autoridad, la mayoría citó una circunstancia o circunstancia en las que fueron llevados a prisión, a proceso legales sin culpabilidad, “asaltados” por patrulleros en sus propias viviendas. Las narraciones sobre estos abusos se constituyeron claves para entender las

reservas y mediaciones en torno a algunas propuestas electorales en el contexto de las elecciones del 2009.

Durante las campañas políticas del 2009 el Partido Verde Ecologista de México planteó como uno de sus ejes temáticos de campaña difundida centralmente en televisión, el problema de la inseguridad y la propuesta esgrimida ante ello era la pena de muerte, no obstante el saberse vulnerables ante un sistema de justicia poco eficiente y “corrupto”, definía claramente su posición al respecto.

Estos aspectos subrayan la importancia de la relación entre la comunicación y la cultura política, para especificar con base a lo antes planteado a la comunicación mediada y en particular la televisiva, pues las vivencias cotidianas en relación a la inseguridad y a la impartición de justicia, al papel del Estado como garante de los derechos individuales, se encuentran imbricados todo el tiempo.

El grupo observable en su conjunto se autopercibe como fuera de cualquier ámbito establecido y formal al estar fuera de toda regulación estatal, se crea una especie de limbo en el sentido de pertinencia e identidad. En ese sentido, el entorno territorial puede ser definido como otra mediación importante, como parte de las contradicciones que el capitalismo y la globalización expresan, la vivencia en ciudad. La condición de vivir en una ciudad impacta directamente en la percepción del mundo, pues a partir de la vivencia y la experimentación diaria de sus contradicciones, los habitantes de la ciudad imprimen un sentido a sus significaciones sobre todo porque el cambio y equipamiento producido por la urbanización no alcanzó a todos los sectores de la misma manera, generando lo que se ha llamado como una modernidad selectiva o en términos de Sassen (2004) se ha generado “una geografía de la marginalidad”. Estos procesos globales e irreversibles han generado franjas de pauperización, donde las prácticas cotidianas contrastan intensamente con los discursos de modernidad.

Por otro lado estas condiciones han generado amplios procesos de exclusión social, que en términos de la comunicación desplazan a los sujetos de la posibilidad de acceder a distintas propuestas comunicativas, no sólo mediáticas, sino artísticas, culturales, educativas, etc. Lo que confina a estos sectores a establecer prácticas limitadas no sólo a un espacio físico, sino



informativa en un entorno controlado por unos pocos emisores con sus propios intereses económicos e ideológicos, sin acceso a otras fuentes de información. Este aspecto es clave y abre una veta de investigación importante pues los medios, sobre todo la televisión, son parte esencial en la educación tanto la formal como en la informal. En la formal implica el uso de los medios como herramientas didácticas de apoyo en el aprendizaje, y en la informal los contenidos juegan un papel central en distintas áreas, como lo ha indicado Sánchez Ruiz (1996), la educación informal es un proceso de toda la vida por el cual cada persona adquiere y acumula conocimientos, habilidades, actitudes y comprensión, a partir de la experiencia diaria y con la exposición al medio ambiente (personas, instituciones, medios en constante interacción), y en ese sentido la televisión participa ampliamente en procesos como la socialización política, que repercuten en una ciudadanía más activa, al lado de otros aspectos como salud, ingresos más altos, y educación de los niños como áreas de mayor interés en la implementación de medidas globales para enfrentar a la pobreza para como lo ha señalado la UNESCO, un ejemplo de ello es un convenio entre esa organización y la BBC para distribuir programas en Asia y África<sup>171</sup>, así como el uso de la tecnología de internet para unir a personas del mundo entero que desean intercambiar ideas y compartir ideales, ofrecer bienes y servicios, o simplemente saber más sobre las causas de la pobreza y los medios de combatirla<sup>172</sup>.

---

<sup>171</sup> La UNESCO y la BBC Worldwide, han acordado llevar cabo una labor conjunta para proporcionar a los países en desarrollo de África y Asia programas de televisión de alta calidad relacionados con la ciencia y la tecnología. En virtud de un memorando de entendimiento firmado el 22 de septiembre por la UNESCO y la BBC, la Organización obtuvo los derechos para difundir durante un año en 41 países de África y 9 de Asia un total de 46 títulos de la serie premiada BBC Horizon. La UNESCO distribuirá gratuitamente estos programas, de 50 minutos de duración, entre los organismos públicos de difusión. Éstos tendrán derecho a difundir seis veces como máximo cada película en los canales nacionales de televisión. Los programas abarcan disciplinas como las ciencias básicas, las ciencias de la vida, la ecología y las ciencias de la tierra, abordando, entre otros temas, la atenuación de los efectos de los desastres naturales, la teoría de la relatividad de Einstein, los tsunamis y la terapia génica. El gobierno del Reino Unido está prestando ayuda financiera al proyecto, en particular para sufragar los costos entrañados por la copia y distribución de los programas. Se espera que la cooperación entre la UNESCO y la BBC trascienda el ámbito de las ciencias y se haga extensiva a los campos de la educación, la cultura y la comunicación, gracias a la obtención de autorizaciones para la explotación de los fondos de la BBC Worldwide. Fuente: Portal de la UNESCO, [http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_ID=34841&URL\\_DO=DO\\_PRINTPAGE&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=34841&URL_DO=DO_PRINTPAGE&URL_SECTION=201.html), publicado el 22 de septiembre de 2006, consulta octubre de 2009.

<sup>172</sup> “Un nuevo sitio de la UNESCO fue lanzado a comienzos de septiembre en cooperación con Netaid, un programa que recurre a Internet para luchar contra la pobreza. Creado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD con ayuda de la empresa privada Cisco Systems, Netaid puede registrar hasta 60 millones de hits por hora. Utiliza el poder de las redes para unir a personas del mundo entero que desean intercambiar ideas y compartir ideales, ofrecer bienes y servicios, o simplemente saber más sobre

Pues la ubicación geográfica y la distancia que implica el desplazamiento, así como el poco tiempo que puede destinarse a actividades definidas como culturales, establecen también una distancia práctica con el consumo cultural legítimo, para centrarlo en el hogar, limitándolo a la producción de muy pocos emisores que además construyen la programación con base a un modelo, como ya se ha dicho centrado en el entretenimiento y más recientemente orientado también a la información, sobre todo a partir de los hallazgos en materia de consumo cultural sobre el alto consumo de noticias por parte de los mexicanos, pero que sigue careciendo de contextualización y profundización. Este modelo en cuyo centro se encuentra la ficción, ha sido implementado desde hace más de cincuenta años, por lo que resulta tan cotidiano, familiar y por la pobreza de sus contenidos no requiere de gran capital cultural; que ha sido ampliamente interiorizado por los mexicanos. En el caso de nuestras familias investigadas se observó una reiterada sintonía de los canales 2, 5, 7 y 13, los más representativos de Televisa y TV Azteca.

Las travesías por la ciudad van acompañadas por largos trayectos, normalmente de la periferia a puntos centrales de trabajo industrial, alrededor de una hora y media para cada dirección, es decir, alrededor de tres horas diarias de trayecto de lunes a viernes y los sábados o domingos un poco menos. Esta situación consume parte considerable de tiempo que podría ser dedicado al descanso, a actividades recreativas, al consumo de libros, etc, no obstante esta condición además de central en la conformación de prácticas, sobre todo los relacionados al aumento de capital cultural, y es reproductor del status. Por otro lado, es clave hacia visiones del mundo y utopías alimentadas por definiciones estereotipadas.

Al constar que el espacio central de las casas lo constituyen pequeños cuartos que tienen usos diversos, se asume que la relación física con el aparato televisivo es muy ya cercana, se convierte en un objeto parte del equipamiento doméstico y a la vez en un sujeto que provee de simbolismos la esfera privada. Partiendo de ello, la información sugiere que el ver televisión se constituye como una *disposición* y práctica inmiscuida en las relaciones de clase. El ver televisión como una actividad central derivada de la falta de capital cultural y

---

las causas de la pobreza y los medios de combatirla. En ese sitio, la UNESCO da a conocer programas comunitarios y extraoficiales, que hacen hincapié en las competencias de las propias personas desfavorecidas y las alientan a organizarse para salir de la pobreza”. Fuente Portal de la UNESCO disponible en [http://www.unesco.org/courier/1999\\_11/sp/connex/intro.htm](http://www.unesco.org/courier/1999_11/sp/connex/intro.htm), consulta noviembre de 2009.

económico, para acceder a otros espacios de recreación, además de vivir en un espacio periférico y marginal, es parte de un estilo de vida. La oferta televisiva centrada en el entretenimiento desde hace cincuenta años es parte de la continuidad inherente a la cultura.

Las rutinas familiares tienen que ver centralmente con los vínculos emocionales y afectivos de los miembros de la familia y con las actividades económicas necesarias para sobrevivir en un entorno adverso en condiciones materiales de escasez y exclusión social. Las actividades generales y rutinarias de nuestras familias observadas se concentran básicamente en trabajo, escuela, quehaceres domésticos y ver televisión, en ese entorno, la práctica de ver televisión traza también los quehaceres domésticos que también se alterna en otros momentos con la escucha radiofónica. Dentro de lo que se considera tiempo libre, se encuentra también el ver televisión como una de las principales actividades.

Al revisar las rutinas se puede establecer que éstas son claramente definidas por género entre semana. En la mayoría de los casos estudiados, el hombre sale a temprana hora a trabajar y regresa por la tarde-noche, en algunas familias regresa a mediodía a almorzar o comer. La relación más completa familiarmente y en torno a la televisión se da en los fines de semana. En este grupo observable se reproduce el patrón tradicional de división del trabajo familiar.

Rescatar ello resulta pertinente en el sentido en que Morley (1996) plantea la importancia sobre ¿qué significa mirar televisión? y sobre todo a partir de integrar dos cuestiones, el modo en que las audiencias interpretan la televisión y el uso que se hace del material televisivo en distintas familias.

En ese sentido, cabe anotar que en los momentos antes reseñados y al interior de la familia, se establece un diálogo entre el esposo y la esposa sobre los contenidos televisivos, en especial los informativos, se comentan las noticias en relación a vivencias propias para evitar circunstancias adversas como robos o asaltos, es una ventana que permite asomarse al exterior, se constituye un vínculo entre la esfera pública y la privada como ha señalado Silverstone (1994). De igual modo, las noticias se construyen como *supertemas* (Orozco, 1994 y 1997), entendiéndolos como aquellos universos temáticos que son cotidianamente importantes y sobre todo cercanos a ellos, tales como la inseguridad, el desempleo, la corrupción, transporte.

En los casos y momentos en los que el padre no se encuentra, la madre emplea material de los contenidos televisivos para ejemplificar los riesgos de la vida diaria en la ciudad, a veces el uso didáctico para la vida se emplea por ambos padres. Esta circunstancia resulta por demás interesante pues a pesar del escaso reconocimiento social sobre la labor doméstica y en la esfera política (Vega, 2004), las mujeres entrevistadas mostraron que al ser responsables de la educación de los hijos utilizando para ciertos aspectos los contenidos televisivos de que disponen, se conforman como el sujeto mediador y central en la recepción familiar. Ellas enfrentan cotidianamente las deficiencias en los servicios públicos, las carencias y la administración de los recursos con que se cuentan para subsistir, las negociaciones y gestiones con las otras familias y con los organismos que proveen los servicios.

En general, la madre se encarga de la educación de los hijos, hace uso del material televisivo, pues dadas sus limitaciones en conocimiento formal y escaso capital cultural, ese medio de comunicación provee de elementos centrales para la formación de ellos, se observó que sucede con géneros tan distintos como los noticieros, las telenovelas y las otras series de ficción.

La práctica del consumo televisivo se inserta en los momentos de relación familiar, constituyéndose como elementos integrador así como proveedor de materia de conversación en diversos temas que se constituyen parte del imaginario social de estas familias.

La recreación dramática de los conflictos y problemas sociales proveen de elementos formales y hasta legales sobre rutas jurídicas e institucionales. De acuerdo a nuestra exploración fue posible captar como se lleva al plano real y personal estos conflictos para conocer posibles soluciones, que cabría decir, ante la ineficacia institucional de dar respuesta concreta a conflictos sociales, la audiencia investigada, que adopta también un carácter de ciudadano, busca allegarse de información que resuelva su desconocimiento de mecanismos, procedimientos e instancias que defiendan sus garantías. De este modo es posible observar un proceso dialéctico entre audiencia y ciudadanía.

El enlace con las telenovelas se logra a partir de las tramas y dramas. Para nuestro grupo observable las telenovelas no son una adicción, pero si implica un espacio y momento para deleitarse con las historias ajenas y las propias llevadas al extremo del conflicto, se reflejan las

propias vivencias. Se ven figuras, estereotipos de belleza y desenlaces envidiables que satisfacen la necesidad de justicia y felicidad, inherentes a las tensiones de clase. La felicidad es vista como el acceso a circunstancias favorables y positivas y sobre todo la justicia que la propia vida ofrece, a partir de un producto construido. Se crea un puente entre el contenido de la ficción y el *imaginario social*. Y en ese sentido la ficción proyectada en telenovelas condensa la utopía propia de la clase baja, mucho más desprovista de elementos de subsistencia y mucho más vulnerable a las expectativas construidas de manera abstracta.

En términos noticiosos y temáticos se observó que se mira en los contenidos televisivos la desgracia ajena para evitar la propia como parte de la construcción de los supertemas, la agenda del presidente como guía y líder, la problemática nacional como la propia, las expectativas de mejora como el catalizador de utopías resignificadas a partir de las vivencias y proyectos propios.

Los resultados provenientes de nuestra exploración con el grupo observable de familias pobres en la Ciudad de México indican que la posesión de un aparato televisivo en el hogar responde a distintos procesos como los que tienen que ver con el equipamiento doméstico de muebles y enseres necesarios para el desarrollo de actividades diarias, pues simbólicamente posibilitan la conexión y formación de una esfera pública, (Habermas, 1994), ahí se obtiene información sobre el desarrollo y prácticas del ejercicio político formal. En otro sentido, el geográfico, posibilita la conexión simbólica con el resto de la ciudad ante un entorno y condiciones de exclusión social y en el ámbito de territorialidad; además permiten el acceso a la oferta de la cultura de masas, dadas las carencias de capital cultural y económico, es posible obtener de la televisión una entrada a espectáculos mediados de todo tipo y de libre acceso. Ello se expresa como parte de la diferencia de clases, pues el acceso a la oferta de la cultura legítima o alta cultura (Bourdieu, 2002) es restringido. Constituye un espacio donde se obtiene un placer mediado.

En otro tenor y en concordancia con los resultados de distintas encuestas nacionales sobre consumo cultural o de cultura política, los noticieros son los programas preferidos en este grupo observable y en conjunto. Existen diferencias en el consumo, los niños particularmente ven programas infantiles como caricaturas y películas, y también telenovelas con las mamás, pero en conjunto ven noticieros, a la hora de la comida, por la mañana y/o

por la noche. Circunstancia que resulta interesante pues dadas las condiciones en que este grupo observable vive, la participación mediadora de los padres con el contenido posee mayor énfasis, el rol de los padres en este sentido se revaloriza. En consecuencia del análisis de la oferta televisiva en señal abierta que predomina en la Ciudad de México, es importante apuntar que ésta por naturaleza congrega a las familias, pues la señal de cable o satélite se produce y difunde con mayormente dirigida a segmentos. En ese sentido los valores tienden a integrarse más colectivamente.

El consumo de noticias responde a una necesidad de monitorear la actividad política para observar y esperar algún acontecimiento nuevo y diferente en las prácticas de los políticos, pero sobre todo se cataliza la utopía esperanzadora de encontrar posibles signos de avances en el desarrollo de la sociedad mexicana. Avances que constituyen una posibilidad de acceder a mejores condiciones de vida y a encontrar motivaciones para esperar un futuro mejor.

En ese sentido, la información obtenida sugiere también que los noticieros constituyen un espacio para presenciar, observar y ser espectadores de lo que sucede en una esfera lejana físicamente pero a la vez cercana porque forma parte de las discusiones de los asuntos públicos, sobre todo porque dentro del manejo informativo, los medios de comunicación en México han tendido a la espectacularización de la noticia, de modo que como rasgo de la comunicación política en México la televisión en particular, ha provocado cambios sustanciales en la forma de hacer política (Vega, 2004). En esa línea, la audiencia se convierte en un espectador que no participa, sino un sujeto a la espera de lo que en el show televisivo se muestre. Así mismo como se ha visto antes, la oferta programática está ampliamente definida por las tendencias pragmáticas del mercado, las necesidades de la audiencia, pero también están construidas de una manera vertical, donde al acceso de la ciudadanía es limitado, y donde la oferta programática es unidireccional y unilateral, estimulando la distancia e imposibilitando vínculo alguno con la sociedad mexicana. Circunstancia que, como ha señalado Orozco (2000), ha contribuido de modo significativo a la desinformación y despolitización de la sociedad mexicana, agudizando tendencias tradicionales de pasividad y conformismo.

Los contenidos mediáticos son detonantes para socializar opiniones, críticas y comentarios en general sobre las prácticas políticas, se comparten puntos de vista al estar interactuando

en conjunto y se conforman como materia prima para mirar y posicionarse frente al ejercicio del poder.

El referente inicial para la conformación de percepciones sobre el ejercicio político lo constituye el diálogo familiar que se genera a partir de los contenidos mediáticos provenientes de la televisión. Como se ha mencionado antes, las rutinas diarias están imbricadas con las pautas de programación televisivas, y forma parte de las actividades de los distintos miembros de la familia por separado y en conjunto, y de igual modo en combinación con otras o como la propia actividad en sí. Se observó que un miembro de la familia, en general el padre, busca más información televisada, y en otros medios como la prensa, y la comenta con los integrantes, se da un proceso de socialización, *mediación* y apropiación y resignificación de los contenidos sobre todo a partir de su experiencia cotidiana y cercana.

Es importante señalar que, de acuerdo a la información obtenida, dichos procesos no se realizan de forma racional y planeada, sino como parte de la integración transversal de la televisión a las actividades cotidianas, los contenidos se toman necesariamente como materia prima de socialización, a la vez que se socializan para tomarse como ejemplo, como información, como parámetros, como fuentes de apreciación y como reproducción de las tensiones sociales, de clase y en el ejercicio de los políticos a la vez que se confrontan y resignifican con la realidad vivida.

Las percepciones y opiniones sobre la política provienen de manera importante de los contenidos mediáticos, sobre todo de la televisión, que para este grupo observable constituyó la principal fuente de información, cuando se habla de política se refieren hechos completamente mediados que dan pauta a estructurar una opinión consensuada y retroalimentada en *la comunidad de apropiación* particularmente la familiar. Cabe agregar que, como se señaló antes, este proceso pasa por una mediación tecnológica inserta en una estructura económica que requiere de construir un consenso, por lo que la información tiene una intencionalidad ideológica, a la que la audiencia puede responder de un modo negociado, (Hall en Morley, 1996).

Durante las campañas políticas de julio de 2009, algunas familias se organizaban, principalmente las mujeres con los niños para ir juntos a los mítines y/o reuniones de comités de base de distintos partidos, principalmente del Verde Ecologista. En otras elecciones se habían asumido como militantes del PRD en una relación más bien de tipo clientelar (Tejera, Gaona 2009), pero después de haber terminado periodos de diputados locales, federales y delegados sin cumplir sus promesas, para esta campaña dejaron de apoyar a ese partido. Circunstancia que, en las condiciones de existencia y vulnerabilidad de este grupo, cobra una gran importancia en torno a lo que se concibe como ejercicio político.

La propia circunstancia concreta de las falsas expectativas creadas por los partidos políticos y el intercambio de opiniones sobre la situación que se atraviesa, la espectacularidad con la que las televisoras mexicanas recrean las prácticas políticas así como la socialización de ello, son factores que intervienen de forma importante en la percepción sobre lo político.

De ese modo puede decirse que la experiencia cotidiana se enlaza directa y estrechamente con la información mediada, la que proviene de los medios de comunicación y como ya se ha dicho preponderantemente de la televisión de igual modo la utopía cataliza ambos aspectos.

Los contenidos mediáticos son un elemento importante de relación, sobre todo entre las mujeres y los provenientes de las telenovelas en lo que Thompson (1998) ha definido como *socialidad mediada*<sup>173</sup>, se intercambian puntos de vista sobre personajes, actores, tramas, desenlaces y sobre todo se establecen relaciones parasociales con actores y actrices de los distintos géneros de ficción, se habla de ellos con familiaridad. Así que los contenidos mediáticos de telenovelas no sólo proveen de materia prima para la socialización, sino que se forman comunidades virtuales con personajes televisivos. Se implican entonces nuevas formas de relación social.

Cabría notar finalmente que una hipótesis derivada de estos hallazgos puede sugerirse que el consumo de noticieros y telenovelas puede ser una forma simbólica de participación política al no haber otras rutas institucionales para hacerlo. Es posible plantear hipotéticamente que se entiende que mirando la televisión puede obtenerse algún tipo de información útil para la

---

<sup>173</sup> Considera que el sentido de los grupos y comunidades con los cuales se comparten un trayecto a través del tiempo y el espacio, un origen común y un destino común es alterado. El sentido de pertenencia a grupos y comunidades son constituidas en parte a través de los medios.



vida diaria, el monitoreo de la actividad de la clase política por parte de las familias entrevistadas puede verse como una forma simbólica de participación que, desprovista de confianza en las instituciones y un gran desconocimiento de lo que significa ciudadanía, resulta más práctica para involucrarse políticamente.

En ese sentido, se abre como una veta más de investigación el estudio de la participación política de familias pobres, en dos niveles:

1. El que tiene que ver con la interacción con instituciones del Estado como lo es el de la relación con los partidos políticos, pues la investigación de campo dejó ver como dadas sus carencias y sus condiciones, la posibilidad de vincularse con organizaciones políticas y/o partidistas constituía una posibilidad de subsanar sus carencias, sobre todo la patrimonial. En el grupo observado se encontró que hasta el año pasado se consideraban militantes del Partido de la Revolución Democrática, que en eventos oficiales los convocaba a asistir ofreciendo a cambio gestiones para su reubicación, definiendo con ello, una relación clientelar (Tejera, 2005). Después de no ver resultados concretos ni avances reales para su demanda central, la vivienda, optaron por abandonar las filas de ese partido en las elecciones intermedias del 2009, algunos de ellos afirmaron haber votado por el Verde Ecologista, otros se abstuvieron ante la falta de resultados concretos en la situación del país.
2. El que tiene que ver con un tipo de participación virtual a través de la selección de televisoras, canales y programas televisivos, pues en un vínculo entre la esfera pública y la privada, la oferta televisiva propone y organiza la agenda (McCombs, 1996), y desde un punto de vista normativo estos grupos pueden hacer una selección y discriminación en su sintonía. Pero desde la perspectiva de la cotidianeidad es importante explorar como se integra con plena conciencia a las formas de participación social, tomando en cuenta las posibilidades tecnológicas que brinda el aparato televisivo y también las limitantes estructurales en términos de capital cultural y de oferta que posee la televisión mexicana. En esta reflexión es importante tomar en cuenta que pudo notarse que entre los miembros de la familia había una identificación emocional con personajes televisivos y hasta una tenue identificación diferenciada entre las televisoras.

Finalmente hay que señalar que la evidencia encontrada en torno a la forma en que la televisión forma parte de los referentes, conocimientos, valoraciones, evaluaciones, significados, en síntesis la producción de sentido de lo político, de la cultura política de nuestro grupo observable, refuerza la discusión existente en torno a la democratización del sistema de medios de comunicación. Si el medio de mayor penetración en los hogares mexicanos, en los hogares de familias pobres en la periferia de la ciudad de México forma parte de las configuraciones, de los significados, del sentido de lo político, la mejora de contenidos, la diversidad de emisores, la relación vertical con las audiencias, son directivas clave en el contexto de nuestra incipiente democracia.

Como última anotación y como parte de las reflexiones derivadas de este trabajo de investigación, el análisis puede encauzarse entonces hacia la construcción de la ciudadanía, ello con el fin de afectar la realidad política desde el ámbito académico-científico. Se vislumbra de este modo la relación entre la cultura política y la ciudadanía en una perspectiva que considere necesariamente a los medios de comunicación. En la actualidad es imposible hablar de ciudadanía sin tomarlos en cuenta. En general se parte de la idea de que la configuración de la identidad ciudadana deriva de la interrelación con partidos políticos e instituciones gubernamentales, no obstante debe incluirse a los medios masivos de comunicación en la medida en que éstos insertan al ciudadano en los procesos políticos: a) vehiculando la comunicación política de gobernantes a gobernados tanto en periodos de campañas como cuando no las hay formalmente y a través de múltiples formatos y espacios, b) mostrando su propia visión del mundo a fin de legitimarla (a través de la construcción de imaginarios, percepciones e imágenes de la realidad y diversos significados a través de múltiples formatos y espacios), y c) dando espacio y cobertura por diversas razones a las protestas y movimientos sociales que buscan incidir en las estructuras del poder y que también forman parte de la comunicación entre gobernantes y gobernados, la comunicación política.

Se ha dicho ya que los medios de comunicación, en especial la televisión, son clave en la organización de la vida social, y como fuentes de información del acontecer nacional así como sobre lo que ocurre en la vida política del país. Las distintas definiciones de ciudadanía en la sociología, la filosofía, la antropología y el derecho coinciden en que ésta se concentra en derechos y obligaciones legales, políticos y sociales que en su conjunto, definen el lugar que ocupa un sujeto en su relación con el Estado, pero sobre todo en la manera en que el

sujeto participa en la definición de la naturaleza de las leyes a través de las cuales admiten ser gobernados. En esencia las definiciones se ciñen a las nociones de democracia clásica de la antigua Grecia. Y son tres grandes rubros que se contemplan en el ámbito de los derechos, el civil, político y social, en los que ya debe contemplarse el del acceso a la comunicación e información.

En la relación ciudadano-Estado hay en la actualidad una mediación tecnológica a la que los sujetos deben tener la posibilidad acceder para interpelar a los distintos actores que conforman al Estado y a los propios medios, y no sólo ser interpelados; esta posibilidad se fundamenta en dos razones: a) que los medios posibilitan y facilitan su diálogo con el Estado y b) que le permitirían participar de manera activa en la ejecución de sus derechos y obligaciones y no como meros individuos retratados según la versión de la realidad que los grandes medios construyen sin que haya un acceso real, ni por la vía de la consulta ni de retratos y espacios de sujetos reales. Esto de facto configura un carácter jerárquico entre medios de comunicación y sociedad.

Por lo tanto, se considera necesario romper los vínculos jerárquicos entre medios de comunicación y la sociedad, a fin de trastocar las relaciones de poder existentes que limitan la consolidación de la democracia; partiendo necesariamente de la construcción de la ciudadanía en la que los medios de comunicación juegan un papel clave. En la actualidad es posible observar en México interesantes manifestaciones sociales por distintas vías que cuestionan las decisiones de los distintos grupos de poder y diversos cambios en el propio Estado tales como la composición del congreso, la alternancia en el poder presidencial, la apertura de algunos rincones de la administración y gestión pública, el uso de la vía jurídica para dirimir diferencias, la protesta social, etc, no obstante un espacio en el que se han visto pocos cambios positivos para la sociedad, es en los medios de comunicación. La actual discusión sobre la ampliación del número de actores en el uso lucrativo del espectro radioeléctrico y la confrontación desde principios de 2011 entre Televisa, Azteca y Grupo Carso, en el ámbito de las telecomunicaciones por las posibilidades que implican los avances tecnológicos, no ha arrojado aún saldos positivos para la sociedad. El sector de la televisión en específico, sigue altamente concentrado y con una oferta muy limitada a la sociedad.

Puede señalarse que los esquemas tradicionales y formas de operar de la industria cultural televisiva limitan la pluralidad de visiones y el libre acceso de los ciudadanos que a su vez facilite el diálogo y participación social que contribuya a la democracia en sentido amplio. En

ese panorama es necesario que la regulación de los medios de comunicación enfatice la función social de los mismos y la figura del ciudadano cobre mayor importancia en el marco de la misma, es necesario que esa figura ocupe una posición central tanto en las políticas de comunicación del Estado, sobre todo en el contexto de la convergencia tecnológica, como en los marcos jurídicos, leyes y reglamentos que definen los marcos de acción de los medios. Ello bajo la lógica esencial de que la audiencia televisiva se constituye en ciudadanía en buena medida a partir del diálogo y deliberación sobre los asuntos públicos que los medios posibilitan tecnológicamente. A partir de la configuración de una esfera pública los sujetos asumen obligaciones en términos de seguimiento del acontecer nacional y derechos, básicamente centrados en dos ejes, el de la información y el de la calidad en los contenidos, misma que debe estar basada en oportunidad, contextualización, objetividad, diversidad, pluralismo y amplitud. En esa lógica debe romperse la inercia de un modo de relación jerárquica entre medios y sociedad, misma que en cierto modo replica la relación con el Estado.

## *Anexos*

### GUIA DE TOPICOS TRABAJO DE CAMPO (Piloto)

“La cultura política y la televisión en familias pobres en la Ciudad de México”

#### I. Composición familiar

##### 1.1 Tipo de familia

##### 1.2 Integrantes de la familia

##### 1.3 Ocupación y actividades de cada miembro de la familia

##### 1.4 Concepción sobre su familia

#### II. Movilidad y desplazamiento a distintos destinos

##### 2.1 Modos de transportación

##### 2.2 Motivos del viaje

##### 2.3 Tiempos de transportación

#### III. Conformación de la comunidad

#### III. Acceso a la oferta cultural de la Ciudad de México

##### 3.1 Frecuencia de acceso a actividades culturales

##### 3.2 Tipo de actividades realizadas

##### 3.3 Percepción costo-beneficio sobre actividades culturales

##### 3.4 Ubicación de centros de cultura

#### IV. Hábitos de tiempo libre

##### 4.1 Actividades familiares rutina semanal

##### 4.2 Actividades el fin de semana

##### 4.3 En casa

##### 4.4 Fuera de casa

V. Percepción sobre el panorama nacional / Política y sociedad

5.1 Concepción sobre la situación actual del país

5.2 Interés en asuntos públicos

5.3 Interés en política

5.4 Participación en elecciones

5.5 Participación y orientación del voto en las elecciones presidenciales del 2006

5.6 Opinión en torno al saldo de las elecciones presidenciales del 2006

VI. Medios de información sobre política

6.1 Identificación del panorama mediático del país

6.2 Identificación del panorama mediático de la ciudad

6.3 Credibilidad concedida

6.4 Expectativas y necesidades de información

VII. Concepción sobre la televisión

7.1 Función percibida

7.2 Lugar que ocupa dentro de las actividades familiares

Escenario

Movimiento del escenario de la tv, de lo familiar a lo colectivo

7.3 Como se mira la televisión

7.4 Concepción sobre telenovelas

Deseos coyunturales

Rutinas de consumo

Tiempo de consumo

Tipos de temáticas preferidas

Fantasía vs realidad

Deseos y expectativas de contenidos

Valoración de las telenovelas

7.5 Concepción sobre los noticieros

Deseos coyunturales

Rutinas de consumo

Tiempo de consumo

Temas de interés

Deseos y expectativas de contenidos

Valoración de los noticieros

7.6 Programas en los que se encuentren expectativas y deseos estructurales



**CUESTIONARIO**  
**La televisión y la cultura política**

FAMILIA:

DIRECCIÓN:

INFORMANTE:

FECHA:

**I. Composición familiar**

1. Tipo de familia

Nuclear	1
Extensa	2
Monoparental	3

2 y 3. ¿Quiénes son los integrantes de la familia, cuál es su ocupación y actividades de cada miembro?

<b>Miembro</b>	<b>Edad</b>	<b>Ocupación</b>	<b>Escolaridad</b>
Padre			
Madre			
Hijo 1			
Hijo 2			
Otro			

4. ¿Qué es para usted la familia?

---

---

---



4ª. ¿Cómo es su familia? ¿Cómo la describiría?

---

---

---

---

4b. ¿Cómo se distribuyen las labores domésticas del hogar?

---

---

---

---

## II. Movilidad y desplazamiento a distintos destinos

5. ¿A qué lugares se desplazan por lo regular? ¿Cuáles son los motivos? Y ¿cuánto tiempo tardan en llegar a esos destinos?

Miembro	Destino	Motivo	Tiempo de desplazamiento
Padre			
Madre			
Hijo 1			
Hijo 2			
Otro			

6. ¿Cómo se formó esta “colonia”?

---

---

---

---

7. ¿Cómo fue que usted y/o su familia llegaron aquí?

---

---

---

---

8. ¿Conviven o se relacionan con otras comunidades o colonias cercanas? ¿en qué momentos y por qué motivos?

---

---

---

---

9. ¿Cómo es la relación con las otras familias de esta colonia o asentamiento? ¿Se ayudan mutuamente?

---

---

---

---

### III. Hábitos de tiempo libre

10. ¿Cómo es la rutina familiar, entre semana y el fin de semana?

Miembro	Entre semana	Fin de semana
Padre		
Madre		
Hijo 1		
Hijo 2		
Otro		

11. ¿Cuáles son sus actividades familiares en su tiempo libre?

Actividad	En casa	Fuera de casa

11a. ¿Hay actividades por separado que realicen los miembros de la familia?

Actividad	En casa	Fuera de casa

#### IV. Acceso a la oferta cultural de la Ciudad de México

12. ¿Asisten a actividades culturales, cuáles, con qué frecuencia?

1.	Sí	¿Cuáles?
		Frecuencia
2.	No	¿Por qué?

13. ¿Las actividades culturales son importantes, por qué razones?

1.	Sí	¿Por qué?
2.	No	¿Por qué?

14. ¿Cuáles son los sitios culturales que conocen?

---

---

---

**V. Percepción sobre el panorama nacional / Política y sociedad**

15. ¿Cómo ve la situación actual del país?

---

---

---

16. ¿A ustedes les interesa lo que pasa actualmente en el país?

---

---

---

17. ¿Qué opina sobre la “política”?

---

---

---

17ª. ¿Qué opina sobre el gobierno?

---

---

---

18. ¿Participan en las elecciones, cómo?

---

---

---

19. ¿Platican sobre política en esta familia, con sus vecinos, con otros familiares o conocidos? ¿Qué es lo que han dicho sobre estas elecciones y las del 2006?

---

---

---

---

20. ¿Para definir su voto, cómo lo hacen? Es decir, platican, ven la información de los medios, cada quién decide por su lado, votan todos igual?

---

---

---

---

21. Para estas elecciones, ¿qué tipo de participación han tenido, militan o están en algún partido, han hecho marchas, pintas, pegado carteles?

---

---

---

---

22. ¿Algún partido ha venido a hacer trabajo político? ¿Cuál, cómo?

---

---

---

**VI. Campañas políticas, medios de comunicación y redes sociales**

23. ¿Qué es lo que usted sabe sobre este proceso electoral, para qué es?

---

---

---

---

23. ¿Qué opina sobre este proceso electoral? ¿Sobre las campañas? ¿Sobre los partidos políticos?

---

---

---

---

24. ¿Cómo se ha enterado de que hay elecciones?

---

---

---

---

25. Principalmente ¿qué medios de comunicación ve, lee o escucha?

---

---

26. Ha visto en los medios, información sobre las campañas políticas? ¿En dónde, en cuál?

---

---

---

---

**VII. Medios de información sobre política**

27. ¿Qué medios de comunicación conocen?

---

---

---

---

28. ¿Cómo ve la información que ofrece Televisa sobre las campañas políticas?

---

---

---

---

28. ¿Cómo ve la información que ofrece TV Azteca sobre las campañas políticas?

---

---

---

---

29. ¿Qué tan confiable cree usted que es la información de la televisión, del radio, de los periódicos?

Televisión	Radio	Periódicos

29. ¿Qué otro tipo de información cree que debería ofrecer la televisión?

---

---

---

---

### VIII. Concepción sobre la televisión

30. ¿Les gusta ver televisión, por qué?

---

---

---

---

31. ¿Qué es lo que ven, tienen canales y programas favoritos, por qué les gusta?

---

---

---

---

32. Lugar que ocupa dentro de las actividades familiares. **NO APLICAR**

Describir escenario

---

---

---

---

33. ¿Cuándo ven la “tele” lo hacen juntos o por separado?

Juntos	1	Separados	2
--------	---	-----------	---

34. ¿Ven telenovelas? ¿Quiénes, todos juntos? ¿Por qué? ¿Qué son las telenovelas, qué es lo atractivo en ellas, qué temas les gustan más?

---

---

---

---

35. ¿En qué horarios o cómo se establecen la rutinas?

---

---

---

---

36. Hablando de los noticieros, ¿los ven? ¿cuál o cuáles, son sus preferidos? ¿Por qué ver noticieros?

---

---

---

---

37. ¿En qué momento del día los ven? ¿Comentan cosas de ahí, como qué?

---

---

---

---

38. ¿Qué temas les interesan más?

---

---

---

---



39. ¿Cuál cree que es el mejor noticiero? ¿Por qué? ¿Qué le gusta de él? Y el peor, ¿cuál es? ¿Por qué?

---

---

---

---

40. ¿Qué otros programas ven en familia? ¿Qué les gusta de ellos? ¿Por qué les gusta o por qué los ven?

---

---

---

---

*Imágenes*



## Fuentes de consulta

### Bibliográficas

Adler Ilya (1993). "La lectura del poder", en *Revista Mexicana de Comunicación*, Año VI, No. 31, Sept/Oct, México.

Adler Lomnitz, Larissa (2002). *Redes sociales, cultura y poder. Ensayos de Antropología latinoamericana*, México, FLACSO-PORRÚA.

-----, Salazar Elena Rodrigo y Adler Milstein Ilya (2004). *Simbolismo y ritual en la política mexicana*, México, Siglo XXI-UNAM.

Adorno, Theodoro, W. y Horkheimer, Max (1986). "La industria de la cultura: ilustración como engaño de las masas" en Curran, James; Gurevitch, Michael y Woollacott, Janet, *Sociedad y comunicación de masas*, México, FCE, pp. 393-432.

Aguilar Díaz Miguel, Rosas Mantecón, Ana y Vázquez Verónica, (1995). "Telenovelas, la ficción que se llama realidad" en *Política y Cultura*, primavera, No. 04, UAM-X, México, pp 173-185.

Almond, Gabriel A, Verba, Sydney (1963). *The Civic Culture*, Princeton, Princeton University Press.

Alsina, Miguel Rodrigo (1989). *La Construcción de la Noticia*, Barcelona, Editorial Paidós.

Althusser, Louis (1974). *Ideología y Aparatos ideológicos del Estado*, Buenos Aires, Nueva Visión.

Ang, Ien (1997). "Cultura y comunicación. Hacia una crítica etnográfica del consumo de los medios en el sistema mediático transnacional" en Dayan, Daniel. *En busca del público*, Barcelona, Gedisa.

Barber, J. David (1973). *El ciudadano político: relación entre la cultura y la actitud política*, México, Siglo XXI.

Barthes, Roland (1986). "La Retórica de la imagen", en *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*, Barcelona, Paidós Comunicación.

Barrios, Leoncio (1992). "Televisión, comunicación y aprendizaje en el contexto de la familia. Estudio etnográfico realizado en Venezuela" en: Orozco, G. (comp.) *Hablan los televidentes*. Estudios de recepción en varios países, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales 4, México, Universidad Iberoamericana.

Bateson, Gregory, (2002). *Espíritu y naturaleza*, Barcelona, Paidós.

Berger, A. A. (1990). *Agitpop: Political culture and communication theory*, New Jersey, Transaction Publishers New Brunswick.

- Berger, Peter y Luckman, Thomas (1967/2003). *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Amorrortu.
- Berlín Villafaña, Irving (2008). “Medios de comunicación y procesos electorales. Los monitoreos de medios”, en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, enero-abril, año/vol XLVI, no. 202, México, UNAM.
- Bohmann, Karin (1986). *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, México, CONACULTA-Alianza Editorial Mexicana.
- Bonfil Batalla, Guillermo (1987). *México Profundo. Una civilización negada*, México, Random House.
- Bourdieu, Pierre (1984). “Cultura y Política” en *Sociología y Cultura*, México, CONACULTA-Grijalbo, pp 251-264.
- (1984). “La opinión pública no existe” en *Sociología y Cultura*, CONACULTA-Grijalbo, México, p. 239-250.
- (1987). *Cosas Dichas*, Gedisa, 1ª ed. 1987, 2ª reimpresión 2000, Barcelona.
- (2002). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, Buenos Aires, Taurus, 1ª Ed. 1979, 1ª ed. en México 2002.
- Branislaw Baczo (1984). *Les imaginaires sociaux. Mémoire et espoirs collectifs*. Paris, Payot.
- Calles Santillana (1999). “Recepción, cultura política y democracia”, en *Comunicación y Sociedad* (DECS Universidad de Guadalajara), No. 36, julio-diciembre, pp 47-69.
- Campbell, Angus et. al. (1964). *An Abridgement the American Voter*, Nueva York, John Wiley & Sons.
- Cárdenas Galindo, Aniseto (2007). *Infancia diferente*, México, UPN-Universidad de Tijuana.
- Castells, Manuel (2010). *Cultura y poder*, España, Alianza Editorial.
- Cotteret J. M. (1977). *La Comunicación Política: gobernantes y gobernados*, Buenos Aires, Editorial El Ateneo.
- Curran, James y otros (comp.) (1981). *Sociedad y comunicación de masas*, México, Fondo de Cultura Económica.
- , David Morley, y Valerie Walkerdine (comps.) (1998). *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*, Barcelona, Paidós.
- Chihu, Eliu (1991). *Gramsci y un nuevo paradigma en la concepción de la política*. México, UAM-I.

- Dahlgren, Peter (1995). *Television and the public sphere : citizenship, democracy and the media*, London, Sage.
- Dayan Daniel (comp) (1997). *En busca del público*, Barcelona, Gedisa.
- De Certeau, Michel (1990). *La invención de lo cotidiano. 1. Artes de hacer, México*, UIA-ITESO, 1ª reimpres. de la 1ª ed. 2000.
- De la Peña, Guillermo (1990). “La cultura política entre los sectores populares de Guadalajara” en *Revista Nueva Antropología*, octubre, año/vol. XI, número 38, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 83-10.
- Encuesta Nacional de Prácticas Consumo Culturales*, (2004). México, CONACULTA.
- Fernández Christlieb, Fátima (1982). *Los medios de difusión masiva en México*, México, Juan Pablos Editor.
- Ferry, Jean-Marc, Wolton Dominique y otros (1995). *El nuevo espacio público*, Barcelona, Gedisa.
- Fiske, J. (1982). *Introducción al estudio de la Comunicación*, Colombia, Norma.
- (1987). *Television culture*, Londres, Methuen.
- Fox, Elizabeth (1989). *Las políticas de los mass-media en Latinoamérica en Medios de Comunicación y Política en América Latina. La lucha por la democracia*, Gustavo Gilli, México.
- Fuenzalida, Valerio (2000). *La televisión pública en América Latina. Reforma o privatización*. Santiago de Chile, FCE.
- (2002). *Televisión abierta y audiencia en América Latina*, Buenos Aires, Editorial Norma.
- (2004), “La política resignificada desde la televisión” en *Diálogo Político* No. 1. Konrad Adenauer Stiftung, Buenos Aires, Disponible en:
- [http://www.kas.org.ar/DialogoPolitico/Dialog/2004/DialPol1\\_04/03Fuenza.pdf](http://www.kas.org.ar/DialogoPolitico/Dialog/2004/DialPol1_04/03Fuenza.pdf)
- García Canclini, Néstor (1984). “Introducción” en Bourdieu, Pierre, *Sociología y Cultura*, México, CONACULTA-Grijalbo
- (1984). “Gramsci con Bourdieu: hegemonía, consumo y nuevas formas de organización popular”, en *Nueva Sociedad*, N° 71, marzo-abril, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México.
- , (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, CNCA.

- (1993). “El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica”. En García Canclini, N. *El consumo cultural en México*, México, CONACULTA, pp. 15-42.
- y Piccini, M. (1993). “Culturas de la ciudad de México: símbolos colectivos y usos del espacio urbano”. En García Canclini, N. *El consumo cultural en México*, México, CONACULTA, pp. 43-85.
- (2004). *Desiguales, diferentes y desconectados: Mapas de la interculturalidad*, Barcelona, Gedisa.
- Geertz, Clifford (1973/2000). *La Interpretación de las culturas*, Barcelona, Gedisa, 1ª edición 1973, 10a. reimpresión.
- (1985). “Los usos de la diversidad, Conferencia TANNER sobre los valores humanos”, pronunciada en la Universidad de Michigan, el 8 de noviembre, compilada en libro con ese nombre en Barcelona, Paidós, 1999.
- Giglia, Ángela (2007). "Orden urbano, espacio público y comercio en Ciudad Nezahualcoyotl" en Portal, Ana María, *Espacios públicos y prácticas metropolitanas*, México, UAM-CONACYT, pp. 67-98.
- Giménez, Gilberto (2005). *Teoría y análisis de la cultura*, México, CONACULTA-ICOCULT. Vol. I y II.
- Gramsci, Antonio (1975). *Cuadernos de la cárcel: Notas sobre Maquiavelo, sobre política y sobre el Estado Moderno*, México, Juan Pablos Editor.
- Gramsci, Antonio (1999). *Introducción a la filosofía de la praxis*. México, Fontamara, pp. 67-103.
- Grimson, Alejandro y Mirta Varela (2002). “Culturas populares, recepción y política. Genealogías de los estudios de comunicación y cultura en la Argentina”, en Daniel Mato (coord): *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en Cultura y Poder*, Caracas, CLACSO y CEAP, Universidad Central de Venezuela, pp 153-166
- Goffman, Erving, (1976). “Alienación en la interacción”, en Alfred G. Smith (Comp.), *Comunicación y cultura*. 1. La teoría de la comunicación humana, Buenos Aires, Nueva Visión, pp. 163-184.
- (1991). “El orden social y la interacción”, en Erving Goffman, *Los momentos y sus hombres*, Barcelona, Paidós, pp. 91-98.
- Golding, Peter y Murdock Graham, (1990). “Pobreza informativa y desigualdad política: la ciudadanía en la era de las comunicaciones privatizadas” en *Revista Comunicación y Sociedad*, no. 9, mayo-agosto, pp. 53-62.
- Gómez, Héctor (2006). (Re) Pensar la Comunicación y la Cultura. Consumos culturales juveniles en México. Un acercamiento hemerográfico” en *Anuario de la Investigación de la Comunicación CONEICC XIII*, Universidad ANASAC, México, UIA.

Gómez García, Rodrigo (2008). "Políticas e industrias audiovisuales en México. Apuntes y diagnóstico" en Revista *Comunicación y Sociedad*, México, Universidad de Guadalajara, Vol. 10 (Nueva época).

----- (2009). "La industria audiovisual mexicana: estructura, políticas, y tendencias" en *Conexiones*, Vol. 1 Núm. 1, 2009, Editada por Comunicación Social, España, Universidad de Barcelona, pp. 77-92.

González, Jorge y Mugnaini, Fabio (1986). "Para un protocolo de observación etnográfica de los usos diferenciales y los modos de ver telenovelas" en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, año/ vol. I, número 001, Universidad de Colima, Colima México, pp 149-175.

González, Jorge (1987). "Los frentes culturales" *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, 3.

----- (1994). "Los frentes culturales: culturas, mapas, poderes y luchas por las definiciones legítimas de los sentidos sociales de la vida", en *Medios y Mediaciones*, México, ITESO.

----- (1998a). "El regreso de la cofradía de las emociones (in)terminables: telenovela y memoria en familia. En J. A. González (Comp.), *La cofradía de las emociones (in)terminables: miradas sobre telenovelas en México*, Guadalajara, Universidad de Guadalajara, pp. 163-181.

----- y Mugnaini, F. (1998c). Telenovelas al día: protocolo de observación etnográfica. En J. A. González (Comp.), *La cofradía de las emociones (in)terminables: miradas sobre telenovelas en México*, Guadalajara, Universidad de Guadalajara, pp. 233-253.

González, Manuel (1996). "Participación y cultura política en la psicología social mexicana" en Krotz, Esteban, *El estudio de la cultura política en México*, México, CONACULTA-CIESAS.

González Pineda, Francisco y Antonio Delhumeau (1973). *Los mexicanos frente al poder: participación y cultura política de los mexicanos*, México, IMEP.

Gutiérrez Roberto (1996). "La cultura política en México: teoría y análisis desde la sociología", en Krotz, Esteban, *El estudio de la cultura política en México*, México, CONACULTA-CIESAS.

Habermas, Jürgüen (1994). *Historia y Crítica de la Opinión Pública, la transformación estructural de la vida pública*, España, Ediciones Gustavo Gilli.

Hall, Stuart (1973). *Culture, Media, Language: Working papers in Cultural Studies, 1972-1979*, London, Routledge.

----- (1981). "La cultura, los medios de comunicación y el efecto ideológico" en Curran, James y otros (comp.). *Sociedad y comunicación de masas*, México, Fondo de Cultura Económica.

Hammersley & Atkinson (1994) *Etnografía*. Paidós, Barcelona.

Harris, Marvin (1979). *El desarrollo de la teoría antropológica. Una historia de las teorías de la cultura*, México, Siglo XXI.

Heller, Agnes (1977). *Sociología de la vida cotidiana*, Barcelona, Ediciones Península, Tercera edición al español 1991.

----- (1985). *Historia y vida cotidiana*, México, Grijalbo.

Hernández Lomelí, Francisco y Orozco Gómez, Guillermo (2007). *Televisión en México*, México, Universidad de Guadalajara.

Hoggart, Richard, (1957). *La culture du pauvre*, París, Minuit.

Huerta Wong, Juan Enrique (2000). "Diversidad de la Oferta Televisiva Mexicana: Dos Semanas de 1999". En *Revista Convergencia*, num. mayo-agosto.

Jennings Bryant y Zillman Dolf (Compil) (1996). *Los efectos de los medios de comunicación, Investigaciones y Teorías*, Buenos Aires, Paidós.

Jensen Klaus Bruhn (1990). "Política del multisignificado. Noticias en la televisión, conciencia cotidiana y acción política" en Orozco Gómez, Guillermo (Comp) (1992). *Hablan los televidentes. Estudios de recepción en varios países*. México, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales 4, Universidad Iberoamericana.

----- y Jankowski N.W (1993). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*, Barcelona, Bosch.

Krotz, Esteban (1996). *El estudio de la cultura política en México*, México, CONACULTA-CIESAS.

Lazarsfeld, Paul et al (1944). *The People's Choice, How the Voter makes up in his mind in a presidential campaign*, New York, Columbia University Press.

----- (1953). "La campaña electoral ha terminado", publicado originalmente en *Public Opinion Quarterly* no. 53, reproducido en Moragas Spa, Miquel de (1985). *Sociología de la comunicación de masas* Vol. III, Barcelona, Gustavo Gili.

Lang Kurt & Gladys Lang (1955). "Los 'mass media' y las elecciones", publicado originalmente en *American Voting Behavior*, reproducido en Moragas Spa, Miquel de (1985). *Sociología de la comunicación de masas* Vol. III, Barcelona, Gustavo Gili.

Lenin, V.I. (1915). *Carlos Marx, Breve Esbozo biográfico con una exposición del marxismo*, Diccionario Enciclopédico Granat, 7a edición, tomo XXVIII.

Lozano, J.C. (2005). "Tendencias hacia la espectacularización y el sensacionalismo en la información política televisiva: un estudio comparativo de noticieros mexicanos, canadienses



y estadounidenses”. En J. C. Lozano (Ed.). *La comunicación en México: Diagnósticos, balances y retos*, México, CONEICC e ITESM.

----- (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, México, Prentice Hall

Lujambio, Alonso (1994). “Democratización vía televisiva. Élités políticas y cultura política” en *Partidos elecciones y cultura política en México*, México, UAEM/UAM-X/CONECSO.

Lull, James (1991). *China on turned on television: Reform and resistance*, Londres, Routledge.

----- (1992). “Recepción televisiva, reforma y resistencia en China. Un estudio etnográfico” en Orozco Gómez. *Hablan los televidentes. Estudios de recepción en varios países*, México, UIA.

----- (1995). *Medios, Comunicación, cultura. Aproximación Global*, Buenos Aires, Amorrortu.

----- (2003). “Aproximaciones metodológicas al análisis de la comunicación y la cultura”. Seminario impartido en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales-UNAM, México.

Luque, Enrique (1996). *Antropología Política. Ensayos críticos*, Barcelona, Ariel Antropología.

Maigret, Eric (2005). *Sociología de la comunicación y de los medios*, Colombia, Fondo de Cultura Económica.

Maira, L., et al. (2004). *Democracia y Medios de Comunicación*, México, IEDF, Colección Sinergia, n.4.

Maldonado, Yazmín (2009). *Televisión Mexiquense*, Tesis de licenciatura, México, FCPyS UNAM.

Martín-Barbero, Jesús (1987). *De los medios a las mediaciones*, Barcelona, Gustavo Gili.

----- (1990). “De los medios a las prácticas”, en Orozco Gómez, Guillermo (coord.), *La Comunicación desde las prácticas sociales. Reflexiones en torno a su investigación*, México, UIA.

----- y Muñoz, S. (1992). *Televisión y melodrama*, Bogotá, Tercer Mundo.

----- (2001). “De las políticas de comunicación a la reimaginación de la política”, en *Nueva Sociedad*, No. 175, Caracas.

Marx, Karl (1859/1976). *Prólogo a la contribución de la crítica de la economía política*. En Marx, K., Engels, F. “Obras Escogidas en Tres Tomos” Editorial Progreso, Moscú, 1976, Tomo I, págs. 516-520.

Marx, Karl (1976). *Obras escogidas Tomo 1. Prólogo a la Segunda Edición del Dieciocho Brumario de Luis Bonaparte*. Moscú, Progreso.

Mattelart, Armand y Mattelart, Michele (1989). *Pensar sobre los medios. Comunicación y crítica social*, Universidad Metropolitana Xochimilco, México.

----- (1996). *La Comunicación-Mundo. La historia de las ideas y de las estrategias*, Barcelona, Paidós.

Mattelart, Armand y Mattelart, Michéle (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona, Ed. Paidós.

----- (1995). *La Invención de la Comunicación*, México, Siglo XXI.

----- y Erick Neveu (2004). *Introducción a los estudios culturales*, México, Paidós.

Mead, George H., (1999). *Espíritu, persona y sociedad*, Buenos Aires, Paidós.

Mejía Barquera Fernando (1989). *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960)*, México, Ed. Fundación Manuel Buendía.

----- (2007). “Historia mínima de la televisión mexicana (1928- 1996)”, en *Revista de Comunicación y Cultura Escenarios y Convergencias*, Año No. 1, Edición 1, Marzo-Mayo, México.

Mejía Madrid, Fabricio (2000). “Regino y Excelsior”, en *Letras Libres*, núm. 24, diciembre, pp. 109-110.

McCombs, Maxwell y Shaw Donald (1996). "Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo" en Bryant, Jennings y Zillmann, Dolf (comp.) *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*, Paidós, Barcelona.

Mc Bride, Sean (1980). *Un sólo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*, FCE /UNESCO, México.

Molina y Vedia Silvia y Pareja Sánchez Norma (2009). “Situación de la investigación en comunicación política en México (2007)” en Vega, Aimée (coord.). *La Comunicación en México: una agenda de investigación*, México, CEIICH-UNAM-UJAT-UABC-AMIC.

Morley David y Silverstone, Roger (1993). “Comunicación y Contexto: La perspectiva etnográfica de los sondeos de opinión”, en, Jensen K.B. y N.W. Jankowski. *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*, Barcelona, Bosch, pp. 181-196.

----- (1996). *Televisión, Audiencias y Estudios Culturales*, Buenos Aires, Amorrortu Editores.

----- (1997). “La recepción de los trabajos sobre la recepción. Retorno a *El Público de Nationwide*” en Dayan Daniel (comp), *En busca del público*, Gedisa, Barcelona.

Mosco, Vincent (2006). “La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después” en *Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, pp. 57-79.

Muñoz-Alonso, Alejandro y Rospir, Juan Ignacio (1989). *Política y Nueva Comunicación, el impacto de los medios de comunicación en la vida política*, Editado por FUNDESCO, Madrid.

Murdock, Graham. y Peter Golding (1986). “Capitalismo, comunicaciones y relaciones de clases” Curran, James, Gurevitch, Michael y Woollacot, Janet (eds.). *Sociedad y comunicación de masas*, México, Fondo de Cultura Económica, pp. 22-57.

Orozco Gómez, Guillermo (1991). *Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio*, México, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales 2, UIA.

----- (Comp) (1992). *Hablan los televidentes. Estudios de recepción en varios países. México*, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales 4, UIA.

----- (1994). “La autonomía relativa de la audiencia. Implicaciones metodológicas para el análisis de la recepción” en C. Cervantes y E. Sánchez Ruiz (Coords.), *Investigar la comunicación: Propuestas iberoamericanas*, Guadalajara, CEIC UdeG/ALAIIC, p.183-196.

----- (1996). *Televisión y Audiencias*. Madrid, Ediciones de la Torre-UIA.

----- (1997). *Miradas Latinoamericanas a la televisión*, UIA, México.

----- (1998). “Hacia una pedagogía de la televidencia” en *Comunicación y Sociedad*, DECS, Universidad de Guadalajara, núm. 32, enero-abril 1998, pp. 169-199.

----- (2000). “Televisión y televidentes: cinco décadas que pudieron ser diferentes” en *Revista Universidad de Guadalajara. Dossier: Medio siglo de la televisión en México*, No. 20, Otoño. Recuperado en <http://www.cge.udg.mx/revistaudg/rug20/art3.html>, el 30 de abril del 2009.

----- y Medina, Daniel, (2000). “Súper temas noticiosos en la televisión mexicana. Análisis de la información en los noticiarios *24 Horas y Hechos*” en *Revista Comunicación y Sociedad*, DECS, Universidad de Guadalajara, núm. 37, enero-junio, pp. 53-86.

-----, et al (2008), *Anuario OBITEL 2008. Capítulo México*.

Pareja, Sánchez Norma (2005). *Los medios de comunicación como actores políticos. Un estudio sobre la relación del consumo de prensa y la intención de voto en las elecciones intermedias del 2003 en la ciudad de México*, Tesis de maestría, México, FCPyS-UNAM.

----- (2009a). “Las elecciones intermedias a la sazón de la Reforma Electoral del 2007. El aprendizaje del 2006 en materia de medios de comunicación” *Revista El Cotidiano*, No. 155. Año 24, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, México, mayo – junio.

----- (2009b). “Entretenimiento de calidad y una dieta balanceada, las claves de un modelo de televisión de servicio público en México” en *Revista*

*Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, mayo-agosto, año LI, no. 206, FCPyS-UNAM, México, p. 119-138

Peterson, Abby y Thörn, Hakan (1999). "Movimientos sociales y modernidad de los medios de comunicación. Industrias de los medios de comunicación. ¿Amigos o enemigos". *Comunicación y cultura*. No. 35, Guadalajara, enero-junio, pp. 11-43.

Piccini, Mabel (2001). "Vida cotidiana y prácticas culturales en la Ciudad de México. De la vida de las mujeres" en Solís Leere, Beatriz (edit), *Anuario de Investigación de la Comunicación*. CONEICC VII, UAM-X, México.

Ramírez, Pilar, "Espacios para mujeres", en *Revista Mexicana de Comunicación* Num 118, México septiembre/octubre 2009.

Reguillo, Rosana (2005). *La construcción simbólica de la ciudad. Sociedad, desastre y comunicación*, Guadalajara, México, ITESO-Universidad Iberoamericana.

Renero, Marta (1992). "La mediación familiar en la construcción de la audiencia. Prácticas de control materno en la recepción 'tele-viciva' infantil" en Orozco Gómez Guillermo. *Hablan los televidentes. Estudios de recepción en varios países*, México: Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales 4, Universidad Iberoamericana.

Repoll, Jerónimo (2010). "Consumo y usos de la televisión en los mercados públicos de la ciudad de México" en *Revista Comunicación y Sociedad*, Nueva época, núm. 14, julio-diciembre, pp. 83-108.

Rojas Alcayaga, Mauricio (2007). "Hacia nuevas configuraciones de lo público y lo privado y lo privado en espacios urbanos" en Portal, Ana María, *Espacios públicos y prácticas metropolitanas*, México, UAM-CONACYT, pp. 21-42.

Rodríguez, Sandy (2004). *Fuego cruzado. Las mediaciones televisivas en la familia*, Tesis de Maestría, México, Universidad Nacional Autónoma de México.

----- (2009). *El ritual televisivo. Las articulaciones que le dan sentido*, Tesis de doctorado, México, UNAM.

Rubin, Alan M., (1997). "Usos y efectos de los media: una perspectiva de usos y gratificación", en Bryant, Jennings y Zillman, Dolf (eds), *Los efectos de los medios de comunicación*, Paidós, Barcelona.

Sánchez Ruiz, Enrique (1996). "Cultura política y medios de difusión: educación informal y socialización" en Krotz, Esteban, *El estudio de la cultura política en México*, México, CONACULTA-CIESAS.

Sartori, Giovanni (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida* (versión española editada por Taurus, Madrid).

Saussure, Ferdinand (1983). *Curso de lingüística general*, Alianza Editorial, Madrid.

- Schütz, Alfred (1932), *La construcción significativa del mundo social. Introducción a la sociología comprensiva*, Barcelona, Ediciones Paidós, 1ª reimpresión en España, 1993.
- Segovia, Rafael (1975). *La politización del niño mexicano*, México, El Colegio de México.
- Silverstone, Roger (1994). *Televisión y vida cotidiana*, Argentina, Amorrortu.
- , Hirsch, Eric & Morley, David (1996), "Tecnologías de la información y de la comunicación y la economía moral de la familia" en Roger Silverstone & Eric Hirsch (Eds.), *Los efectos de la nueva comunicación / El consumo de la moderna tecnología en el hogar y en la familia*, Barcelona, Bosch.
- Shanto, Iyengar y Kinder, Donald R. (1991). *Televisión y Opinión Pública. El Poder de los Medios*, Editorial Gernika, México.
- Sinclair, John (2000). *Televisión: Comunicación Global y Regionalización*, Barcelona, Gedisa.
- Sosa Plata, Gabriel, (2009), "Medios Electrónicos, democracia y elecciones", en *Revista El Cotidiano*, No. 155. Año 24, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, México, mayo – junio.
- Tejera Gaona Héctor (1996). "Antropología y Cultura Política en México" en Tejera Gaona Héctor (coord.), *Antropología política, enfoques contemporáneos*, INAH-Plaza y Valdés, México.
- (1998). "Cultura política, poder y racionalidad" en *Alteridades*, No. 8 (16): p. 145-157.
- (1999). *La antropología*, CONACULTA, México.
- (2005). *No se olvide de nosotros cuando esté allá arriba. Cultura, ciudadanos y campañas políticas en la ciudad de México*, Edit. UAM-I/UIA, México.
- (2007). "Prácticas políticas, imaginarios sociales y ciudadanía: las disonancias entre cultura y democracia en la Ciudad de México", texto que obtuvo mención honorífica en el Premio Iberoamericano de Ciencias Sociales del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM en 2007. Mimeo p. 7.
- (2008). "Ciudadanía, partidos políticos y gobiernos locales en la ciudad de México: cultura y democracia ciudadana" en Tejera Gaona, Robinson Scott y Valladares Laura (2008) (coords.). *Política, etnicidad e inclusión digital en los albores del milenio*, México, Porrúa-UAM.
- (2010). "Hacia un enfoque alternativo de la relación entre cultura y política" en Toussaint, Florence (coord.). *Los medios en la educación, la cultura y la política*, FCPYS-IISUE, México, IISUE-FCPYS-Bonilla Artigas Editores.
- Thompson, Edward Palmer (1963). *La formación de la clase ouvrierè britannique*, París, Gallimard, Seuil, (trad. Cast. William Morris: de romántico a revolucionario, Valencia, Institución Alfonso el Magnánimo, 1988).

- Thompson, John B. (1998). *Los media y la modernidad*, Barcelona, Editorial Paidós Comunicación.
- (2002). *Ideología y Cultura Moderna*, Edit. UAM Xochimilco, México.
- Toussaint Alcaráz, Florence (1998). *Televisión sin fronteras*, México, Edit. Siglo XXI.
- (2006). “Políticas de producción y carta programática: señal abierta 2003” en Martell, Lenin, Rizo Marta y Vega Aimée (coords), *Políticas de comunicación social y desarrollo regional en América Latina*, México, UACM-AMIC.
- (2008), “Retos de los medios públicos”, Conferencia Magistral, XX Encuentro Nacional AMIC, Villahermosa Tabasco, mayo.
- (2009). “Historia y políticas de televisión pública en México” en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, mayo-agosto, año LI, no. 206, FCPyS-UNAM, México.
- Tuchman Gaye (1978). *La producción de la noticia, un estudio sobre la construcción de la realidad*, México, Edit. Gustavo Gili.
- Van Dijk, Teun, (1997). “El discurso como interacción de la sociedad”. En Teun, Van Dijk *El discurso como interacción social. Estudio sobre el discurso II. Una introducción multidisciplinaria*, España, Gedisa, pp 19 – 66.
- Vasallo de López, María Immacolata (1999). Conferencia Magistral en el Seminario Internacional: Tendencias de la investigación en comunicación en América Latina. FELAFACS, Lima, 20-22 de julio. Traducción del portugués de Raúl Fuentes Navarro.
- Vega, Aimée (2004). *La decisión de voto de las amas de casa mexicanas y las noticias electorales televisadas*, Tesis doctoral, España, Universidad Autónoma de Barcelona.
- (2006). “Defendiendo ciudadanía: los telediarios y la transición democrática en México”, en González Pérez, Marco A. *La política más allá de las urnas*, México, Juan Pablos Editor-ITESM, pp. 167-187.
- Verón, Eliseo (1987). *Construir el acontecimiento*, Buenos Aires, Editorial Gedisa.
- Vilches, Lorenzo (1993). *La televisión. Los efectos del bien y el mal*, Barcelona, Paidós Comunicación.
- Watzlawick, Paul et al (2002). *Teoría de la Comunicación Humana. Interacción, patologías y paradojas*, Barcelona, Herder.
- Williams, Raymond, (1958). *Culture and Society, 1780-1950*, London, Chatto & Windus.
- Wiener, Norbert, *Cibernética y sociedad*, México, CONACYT, 1981
- Winkin, Yves (1984). *La nueva comunicación*, Barcelona, Kairós.

Winocur, Rosalía (2002). *Ciudadanos mediáticos: la construcción de lo público en la radio*, Barcelona, Gedisa.

Woldenberg, José (2004). *Democracia y Medios de Comunicación*, México, IEDF, Colección Sinergia, n.4.

Wolf, Mauro (1987). *La investigación de la Comunicación de masas. Crítica y perspectivas*, Barcelona, Paidós.

Zallo, Ramón (1992). *El mercado de la cultura. Estructura económica y política de la comunicación*, San Sebastián: Gakoa.

----- et al (1998). “La convergencia estructural entre las empresas de telecomunicaciones y del audiovisual” en *Zer*, núm.5, diciembre.

Zarate Toscano, Verónica (2004). *Historia cultural de la memoria*, texto inédito, mimeo.

Ziccardi, Alicia, (1998). *Gobernabilidad y participación ciudadana en la Ciudad*, México, Miguel Ángel Porrúa.

Ziccardi, Alicia (2004). “Pobreza Urbana y Exclusión Social: Las Políticas Sociales de la Ciudad de la Esperanza”, Buenos Aires, CLACSO, trabajo fue realizado durante una estancia de investigación posdoctoral realizada en el Instituto de Gobierno y Políticas Públicas (IGOP) de la Universidad Autónoma de Barcelona, documento no publicado.

### Cibergráficas

Abogado General del Instituto Politécnico Nacional, Documento de respuesta de parte de la oficina del a la solicitud de información del Sistema de Solicitudes de Información (SISI) del Instituto Federal de Acceso a la Información, con número 1117100026808, y fecha del 12 de mayo de 2008, consulta en marzo del 2009, disponible en:  
<http://www.transparencia.ipn.mx/resolucionesComite/2008/resolucion1117100026808.pdf>

BBC Mundo, Consulta el 16 de octubre de 2009, disponible en  
[http://www.bbc.co.uk/mundo/cultura\\_sociedad/2009/10/091016\\_finlandia\\_internet\\_derecho\\_mr.shtml](http://www.bbc.co.uk/mundo/cultura_sociedad/2009/10/091016_finlandia_internet_derecho_mr.shtml)

CONACULTA, (2010). Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales, recuperada en abril de 2010, disponible en:  
<http://www.conaculta.gob.mx/>

Crovi, Delia (1997). “Políticas de Comunicación” en *Razón y Palabra*, Agosto-Octubre, recuperado en enero del 2009, disponible en:  
<http://razonypalabra.org.mx/anteriores/n8/crovi4.htm>

----- (2000). “Las industrias audiovisuales de México a partir del TLC. Una lectura desde la perspectiva del Proyecto Monarca” en *Razón y Palabra*, Agosto-Octubre, recuperado en enero del 2009, disponible en:

[http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n19/19\\_dcovi.html](http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n19/19_dcovi.html)

INEGI (2008). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares*. Consulta junio del 2009. Disponible en

<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/rutinas/ept.asp?t=tin196&s=est&c=9200>

ENCUP 2001, ENCUP 2003, ENCUP 2005 y ENCUP 2008, en página de la Secretaría de Gobernación <http://www.gobernacion.gob.mx/> o bien, <http://www.encup.gob.mx/>

Esmas.com. Consulta julio 2008. Disponible en

[http://www.esmas.com/televisa/images/upload/TA\\_esp.pdf](http://www.esmas.com/televisa/images/upload/TA_esp.pdf)

Esteinou Javier (2002). “Hacia otro Modelo Normativo de Medios de Comunicación Electrónicos en México”, en *Razón y Palabra*, Diciembre 2002-Enero 2003, recuperado en enero del 2009, disponible en:

<http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n30/jesteinou.html#2>

----- (2000). “Dinámica de mercado, globalización y medios de comunicación en México” en *Razón y Palabra*, Agosto-Octubre, recuperado en enero del 2009, disponible en:

[http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n19/19\\_jesteinou.html](http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n19/19_jesteinou.html)

Fiol, Ana (2001). “Propiedad y acceso a los medios de comunicación en el mundo”, en *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*, No. 74. Recuperado en julio de 2009, disponible en <http://chasqui.comunica.org/fiol74.htm#principio>.

Frankenberg, Lorena (2008): "Monterrey y sus organizaciones mediáticas. Un retorno al estudio de la ideología a través de cuatro comunicadores", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 63 páginas 294 a 302. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado el 8 de mayo de 2009, de

[http://www.ull.es/publicaciones/latina/\\_2008/24\\_35\\_Monterrey/Lorena\\_Frankenberg.html](http://www.ull.es/publicaciones/latina/_2008/24_35_Monterrey/Lorena_Frankenberg.html)

Fundación de Estudios Urbanos y Metropolitanos Adolfo Christlieb “La pobreza y la desigualdad en las demarcaciones territoriales del D.F., estudio realizado en 2003. Consulta en enero del 2008, disponible en <http://www.fundacion-christlieb.org.mx/estudios/estudio13.pdf>,

García Valcarcel, Ana y Hernández Martín, Azucena (2002). La educación en la sociedad de la información. En memorias electrónicas del II Congreso Europeo de Tecnologías de la Información en la educación y la ciudadanía: Una visión crítica. Página de la Universidad de Salamanca, disponible en <http://web.udg.es/tiec/orals/c9.pdf>, Consulta Mayo de 2003.

Gobierno delegacional en Gustavo A. Madero, Consulta en septiembre-octubre 2008, disponible en <http://www.gamadero.gob.mx/gam2007/cifras.html>



IBOPE/AGB, Consulta abril del 2007. Disponible en: <http://www.ibope.com.mx/>.

INEGI. “Estadísticas a propósito del día mundial del hábitat. Datos Nacionales”. Consulta octubre 2008: Disponible en: [www.inegi.gob.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/contenidos/estadisticas/2008/habitat08.doc](http://www.inegi.gob.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/contenidos/estadisticas/2008/habitat08.doc)

Martín-Barbero, Jesús (2008). “La telenovela en Colombia: Televisión, Melodrama y Vida Cotidiana” en *Diálogos de la Comunicación*, Revista de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, Julio-Diciembre, consultada en línea en febrero 2009, disponible en [http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos\\_epoca/pdf/17-04JesusMartin.pdf](http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/17-04JesusMartin.pdf)

Martínez G., Francisco J., García R., Eduardo, Menchaca, Andrea (2007). “Cambios y modificaciones legislativas: repercusiones en la oferta y el contenido audiovisuales en México” en *Comunicación y Sociedad*, consultada en línea en marzo de 2009. Disponible en <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=34600803>

Martínez Sarandona, Irene (2004). *Las telenovelas*, en el Portal de la SEP SEPIENSA, Disponible en <http://sepiensa.org.mx/contenidos/2004/melodrama/melodrama1.htm#>

Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Consulta abril del 2006. Disponible en:

<http://democracia.undp.org/Informe/Default.asp?Menu=15&Idioma=1>.

Presidencia de la República, Sección “Sabías qué ...”. Consulta en diciembre del 2008, disponible en <http://fox.presidencia.gob.mx/mexico/sabiasque/?contenido=23101&pagina=3>

Quintero, Alejandro (2009), “¿Crecerá la publiinversión 2009 en TV de Paga?” en *NEO III/09*, consulta en el portal de la *Revista Neo*, Consulta en mayo del 2009. Disponible en <http://www.terra.com.mx/articulo.aspx?articuloId=823595>.

Quiros Fernando (2003). Los estudios culturales, de críticos a vecinos del Funcionalismo, en el Portal de la Cátedra UNESCO de la Universidad de Málaga España, Infoamerica, disponible en [http://www.infoamerica.org/documentos\\_pdf/quiros01.pdf](http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/quiros01.pdf).

*Ratings* TV IBOPE: AGB, Consulta octubre del 2008. Disponible en <http://www.terra.com.mx/articulo.aspx?articuloId=762311>

*Revista Merca2.0*, recuperada en mayo de 2009, disponible en <http://www.merca20.com/inversion-en-medios-2008-la-guerra-de-los-monitores/>

Sala de prensa del gobierno federal, 27 de marzo del 2009, consulta el 20 de Junio de 2009, disponible en <http://www.presidencia.gob.mx/prensa/?contenido=43520>

Sánchez Ruiz, Enrique (2007). “Industrias culturales, diversidad y pluralismo en América Latina”, en *Global Media Journal*, Volumen 4, Número 7, Primavera, México. Recuperado en abril del 2009, disponible en: [http://gmje.mty.itesm.mx/sanchez\\_ruiz.html#\\_edn1](http://gmje.mty.itesm.mx/sanchez_ruiz.html#_edn1)

Televisa, información recuperada en julio de 2008, disponible en <http://www.televisa.com/>

Tello, Nelia (2005). “La estructura familiar en las colonias populares del D.F. ”, en *Mujeres, Derechos y Sociedad*, Septiembre, Año 1, Núm. 2, consulta en enero del 2009, disponible en <http://mdemujer.org.mx/femu/revista/0102/0102art03/art03pdf.pdf>

Terra, *Ratings TV IBOPE: AGB*, recuperado en octubre de 08, disponible en <http://www.terra.com.mx/articulo.aspx?articuloId=762311>. *IBOPE:AGB México*

Torres Albarrán, Luis (2009). “Canal Once: ¿cumpleaños feliz?” en portal de la *Revista Etcétera*, consulta marzo del 2009, disponible en: <http://www.etcetera.com.mx/pag32-34ane101.asp>

12° Encuentro Nacional sobre Desarrollo Regional 2007 de la Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional. Consultado en septiembre de 2008. Disponible en: [http://www.sicbasa.com/tuto/AMECIDER2007/Nuevos%20Archivos%5Cp7\\_Iana\\_Akie\\_Gomez\\_Corredor.pdf](http://www.sicbasa.com/tuto/AMECIDER2007/Nuevos%20Archivos%5Cp7_Iana_Akie_Gomez_Corredor.pdf)

Hemerográficas

*Revista Internacional de Ciencias Sociales*, No. 25, septiembre de 1990.

*Revista Proceso*, 23 de abril de 1997.

*La Jornada*, 5 de diciembre del 2002

*El Financiero*, 5 de diciembre del 2002

*Diario Oficial de la Federación*, 10 de octubre de 2002. “Acuerdo Presidencial sobre el Manejo del 12.5% de los Tiempos de Estado y un Nuevo Reglamento para la Ley Federal de Radio y Televisión”.

*Revista Etcétera*, 01 de marzo del 2003

*Excelsior*, 18 de junio del 2006.

*La Jornada*, 25 de enero del 2007.

*El Universal*, 8 de mayo, 2007.

*El periódico de México*, 9 de febrero, 2008.

*Revista Etcétera*, 1 de febrero, 2009.

*El Universal*, 02 de Marzo de 2009.

*La Jornada*, 29 de mayo del 2009.

*La Jornada*, 11 de diciembre del 2009.

*La Jornada*, 08 de enero del 2010.