

2011-07-07

Ausencias y emergencias de lo público/ciudadano en noticieros televisivos y movimientos sociales. Un acercamiento desde la perspectiva del communicative framing

Velázquez-Ramírez, Juan M.

Velázquez-Ramírez, J.M. (2011). Ausencias y emergencias de lo público/ciudadano en noticieros televisivos y movimientos sociales. Un acercamiento desde la perspectiva del communicative framing. Tesis doctoral, Doctorado en Estudios Científico Sociales. Tlaquepaque, Jalisco: ITESO.

Enlace directo al documento: <http://hdl.handle.net/11117/1280>

Este documento obtenido del Repositorio Institucional del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente se pone a disposición general bajo los términos y condiciones de la siguiente licencia: <http://quijote.biblio.iteso.mx/licencias/CC-BY-NC-2.5-MX.pdf>

(El documento empieza en la siguiente página)

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

RECONOCIMIENTO DE VALIDEZ OFICIAL, ACUERDO SEP. .NO. 15018
PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN
EL 29 DE NOVIEMBRE DE 1976



DIRECCION GENERAL ACADEMICA
DOCTORADO EN ESTUDIOS CIENTÍFICO-SOCIALES

TESIS PARA OBTENER
EL GRADO DE DOCTOR EN ESTUDIOS CIENTÍFICO-SOCIALES

**Ausencias y emergencias de lo público/ciudadano en noticieros
televisivos y movimientos sociales. Un acercamiento desde la
perspectiva del *communicative framing*.**

QUE PRESENTA

JUAN MANUEL VELAZQUEZ RAMÍREZ

DIRECTOR DE LA TESIS

DR. GUILLERMO OROZCO GÓMEZ

TLAQUEPAQUE, JALISCO A 01 DE MAYO DEL 2011.

DOCTORADO EN ESTUDIOS CIENTÍFICO –SOCIALES
TESIS PARA OBTENER
EL GRADO DE DOCTOR EN ESTUDIOS CIENTÍFICO-SOCIALES

**Ausencias y emergencias de lo público/ciudadano en noticieros
televisivos y movimientos sociales. Un acercamiento desde la
perspectiva del *communicative framing*.**

QUE PRESENTA

JUAN MANUEL VELAZQUEZ RAMÍREZ

COMITÉ TUTORIAL

**DR. GUILLERMO OROZCO GÓMEZ
DR. RAÚL FUENTES NAVARRO
DR. DAVID VELASCO YAÑEZ**

TLAQUEPAQUE, JALISCO A 01 DE MAYO DEL 2011.

DOCTORADO EN ESTUDIOS CIENTÍFICO–SOCIALES

Ausencias y emergencias de lo público/ciudadano en noticieros televisivos y movimientos sociales. Un acercamiento desde la perspectiva del *communicative framing*.

JUAN MANUEL VELAZQUEZ RAMÍREZ

Resumen.

En este trabajo toman cuerpo expositivo los resultados del proyecto de investigación que se realizó en el marco del programa de Doctorado en Estudios Científico-Sociales, del ITESO, durante el periodo comprendido de 2007 a 2011. *Lo público/ciudadano* se constituyó en el eje que entrecruzó el conjunto del estudio, en tanto que como referentes empíricos se consideraron a conductores de noticieros televisivos locales y a dirigentes de algunos movimientos sociales con presencia política en la zona metropolitana de Guadalajara. La problemática central que desde este estudio se buscó reconocer, construir y dilucidar fue la referida a los procesos de enmarcamiento comunicativo que construyen conductores de noticieros televisivos y dirigentes de movimientos sociales. En este sentido, a lo largo de este trabajo se buscan clarificar aquellos escenarios, medios y recursos asociados a las prácticas de enmarcamiento de conductores y dirigentes. De la misma forma, se trató de reconocer la manera en que a través de estos procesos de enmarcamiento comunicativo concretos es posible identificar estrategias de visibilización e invisibilización de agentes, prácticas, lugares y acontecimientos. Desde una postura epistemológica crítica esta investigación problematizó la realidad de estudio como proceso a partir del *limes*, en tanto frontera desde donde se desencadenan dinámicas constructoras y construidas. Teóricamente esta investigación se construyó como un esfuerzo interdisciplinar que permitió interrogar a la realidad de estudio desde la política, la cultura y lo social, teniendo a la comunicación como un puente de diálogo en esta tarea. Por su parte, la perspectiva de los estudios socioculturales permitió articular los enfoques de la sociología interpretativa y la sociología reflexiva, para de esta manera constatar la centralidad que la comunicación mantiene en la construcción y disputa que sobre *lo público/ciudadano* se desarrolla entre estos agentes sociales, donde cada uno de ellos busca establecer socialmente la visión propia de *lo público/ciudadano* como la dominante y legítima, y donde se involucran procesos sociales, culturales y de poder. Metodológicamente este trabajo se caracterizó por combinar lo cualitativo con lo cuantitativo. Esto marcó que praxeológicamente para esta investigación se exigiera un acercamiento práctico a la realidad de estudio acompañado de procesos analíticos de interpretación.

Palabras clave: 1. *Lo público*, 2. Ciudadanía, 3. Noticieros televisivos, 4. Movimientos sociales, 5. Enmarcamiento comunicativo.

Abstract.

This study presents the results of a research project carried out within the Ph.D. program in the Social Sciences at ITESO University from 2007 to 2011. *The public/citizen sphere* is the key concept in which this study is grounded, while the empirical work revolves around local newscasters and leaders of a number of citizens' initiatives that have acquired a certain political weight in the Guadalajara Metropolitan Area. The main issue that this study seeks to recognize, construct and illuminate is the process of communicative framing in which television newscasters and leaders of citizens' groups engage, particularly the way these communicative framing processes make it possible to recognize strategies for promoting the visibility or invisibility of agents, practices, places and events. Taking a critical epistemological perspective, this study questions the reality in the studio as a process that functions of the basis of *boundaries*, in the sense of a border from which building and built dynamics are triggered. This research is framed theoretically as an interdisciplinary undertaking that allows the reality in question to be interrogated from the viewpoint of politics, culture

and the social sphere, with communication as a bridge facilitating dialogue. The perspective of socio-cultural studies, for its part, suggested the use of interpretative and reflective sociology as a way to verify the centrality of communication in the construction and debate that goes on among these social agents over *the public/citizen sphere*, as each of them tries to set up their own vision of this sphere as the socially dominant and legitimate one by engaging in social, cultural and power processes. This study is characterized by the use of both qualitative and quantitative methodologies, combining a practical approach to the reality in question with analytical processes of interpretation.

Keywords: 1. Public sphere, 2. Citizenship 3. TV news, 4. Social movements, 5. Communicative framing.

Dedicatorias.

Este trabajo se lo dedico a todas aquellas personas y grupos que a lo largo del trayecto de mi vida personal me han aportado enseñanzas ejemplares invaluable sobre la manera en que el pensar, creer, sentir, decir y hacer deben tener la coherencia necesaria como para no sentir vergüenza moral, social ni intelectual ante nadie, sin importar las condiciones de extrema dificultad en la que uno se encuentre.

Este trabajo se lo dedico también a esos tejedores de sueños que soterradamente dan formas con sus acciones a esas utopías realistas que como tropel anuncian la posibilidad de favorecer ese parto de la historia que dé a luz otra forma de estar en el mundo.

Este trabajo se lo dedico a Donovan, que partió pero vive con nosotros, y a Joan, Alejandra y Dan, que se quedaron para alegrar el mundo con sus sonrisas, inteligencias y capacidades para ser champions y no losers en todos los momentos de su vida.

Este trabajo se lo dedico a Angélica, mi acompañante en este recorrido de vida, que gracias a su fe, su paciencia y su entereza me ha brindado todo el apoyo necesario, y me ha contagiado de su alegría para asumir compromisos y lograr metas.

También dedico este trabajo a mis padres, ya fallecidos, pero que aún rondan en mi ser, con sus enseñanzas de valores y compromiso para con los más desprotegidos. Tal vez disfruten conmigo y hasta sonrían.

Académicamente dedico este trabajo a Guillermo, Raúl, Rossana, David, Ma. Martha, y a todos aquellos y aquellas que con su voluntad incondicional de apoyo crítico hicieron posible fortalecer la reflexión y construir este producto.

Asimismo dedico este trabajo a todos mis alumnos de licenciatura y maestría que con sus chispas de creatividad para interrogarme e interrogarse, para contestar y contestarme, y para atreverse a verse como triunfadores junto con los demás y no sobre ellos.

No puedo olvidar agradecer a mi “otra” familia, la de muchos años y de experiencias, la de la distante, pero cercas. Gracias por su apoyo.

Agradecimientos.

Como diría Angélica, agradecimientos profundos al jefe de jefes que solidariamente se desveló conmigo, me ayudó a abrir puertas, y me dio fuerzas cuando las cargas eran más pesadas y la salud estaba flaqueando. Ahí estuvo, me habló, y me dijo palabras sencillas, claras y de sabiduría. Le creí y avancé.

Gracias al Doctor Guillermo Orozco, por poner todo su esfuerzo, capacidad y generosidad a disposición de la construcción de este proyecto. Sin su apoyo hubiera sido sumamente complicado enfrentar y superar los retos que implicó este trabajo.

Gracias al Doctor Raúl Fuentes Navarro por la paciencia de leer mis escritos y por hacer comentarios profundos y ordenados a los mismos. La mayoría de la veces sus precisiones hicieron que, para bien, mi proyecto diera un vuelco hasta fijar la mirada de nuevo en la comunicación y su campo.

Gracias al Doctor David Velasco Yañez por compartir sus conocimientos vastos en el terreno más escabroso de la filosofía de la ciencia. Agradezco también por su insistencia de que hiciera de mi proyecto un producto consistente y pertinente. Sólo él pudo dedicar tanto tiempo al detalle de señalar los errores y algunos aciertos en el trabajo de revisión. Es un ejemplo de disposición al apoyo sarcásticamente sincero.

*Gracias a la Doctora Patricia Ortega por aceptar dedicar parte de su tiempo a la lectura y revisión de esta tesis doctoral. Sin proponérselo la lectura de su trabajo sobre *La Otra Televisión*, fue el punto de partida en la construcción de este trabajo.*

Gracias a la Doctora Rossana Reguillo por su capacidad de crear rutas nuevas en la reflexión; por su inagotable esfuerzo invertido con pasión para compartir sus conocimientos, voluntades e incertidumbres con personas como yo. Admirable. Mis respetos para ella y su trabajo. Mucho tiempo de vida. Son de las mujeres que más hacen falta aquí, allá, ahora y después.

Gracias a la Doctora Ma. Martha Collignon Goribar por su apoyo entusiasta a estos procesos de aprendizaje. Con ella queda más claro que nunca la importancia de la sistematicidad en el abordaje de los mínimos y grandes problemas de la

investigación. Además de que ella fue la que tuvo la gentileza de darme una oportunidad para trabajar en esta universidad. Creyó en mí, y yo creo en ella.

Gracias al Maestro Carlos Enrique Orozco por gestionar los apoyos para que tuviera la oportunidad de cursar este proyecto doctoral. Sin él hubiera sido imposible hacerlo.

Gracias al ITESO por su apoyo, a Recursos Humanos, a Digna Zamora, William Quinn y Alejandra Aguilar por su apoyo, respeto y trabajo profesional.

Y gracias a todos mis compañeros de generación doctoral. Muchas gracias a todos mis maestros del doctorado, cada uno con su inmensa capacidad y voluntad de compartir sus conocimientos y sus experiencias agregaron una chispa al asombro que favorece el querer saber cada día más y más, hasta donde alcance la vida.

Juan Manuel Velázquez Ramírez.

Índice.

Prólogo.....	i
Introducción.....	viii

Capítulo 1. Construcción del problema de investigación: de las ausencias a las emergencias.

1.1 Tema y preguntas de investigación.....	3
1.2 El título de la investigación.....	5
1.3 Objetivos generales y particulares de la investigación.....	6
1.4 Hipótesis de trabajo.....	8
1.5 Justificación de la investigación.....	8
1.6 Los aportes de esta investigación.....	14
1.7 Referentes epistemológicos.....	17
1.7.1 Hecho científico.....	18
1.7.2 Investigador.....	19
1.7.3 La realidad de investigación.....	19
1.7.4 Sujetos de investigación.....	20
1.7.5 Espacio social.....	20
1.8 Presupuestos y propósitos epistemológicos.....	21
1.9 La auto/vigilancia epistemológica.....	22
1.10 Perspectiva teórica del estudio.....	24
1.11 Perspectiva del <i>communicative framing</i>	27
1.12 Perspectiva <i>framing</i> : antecedentes.....	27
1.11.2 El <i>frame</i> como unidad de análisis básica.....	29
1.12.3 El concepto de <i>framing</i>	32
1.11.4 Resonancia cultural y alineamiento de marcos.....	34
1.11.5 El concepto de <i>communicative framing</i>	36
1.12 Definición de conceptos de primer orden.....	39
1.12.1 El concepto de <i>comunicación</i>	39
1.12.2 El concepto de <i>campo social</i>	40
1.12.3 El concepto de <i>agente</i>	42
1.12.4 El concepto de <i>prácticas</i>	43
1.12.5 El concepto de <i>interacción</i>	43
1.12.6 El concepto de <i>capital</i>	43
1.12.7 El concepto de <i>habitus</i>	44
1.12.8 El concepto de <i>poder</i>	46
1.12.9 El concepto de <i>poder simbólico</i>	48
1.12.10 El concepto de <i>significación</i> y de <i>sentido</i>	50

Capítulo 2. Lo mundial, lo nacional, lo regional y lo local como contextos.

2.1 Contextos generales.....	54
2.2 Sociedades de red como contextos: poder y contrapoder.....	59
2.3 Los medios de comunicación como contextos.....	61
2.4 La televisión como referente contextual.....	63
2.5 Lo nacional como contexto.....	66
2.6 Lo local como contexto.....	72
2.7 Contextos mediáticos locales.....	77

2.8 El campo de la comunicación como contexto.	82
2.9 Pensando los contextos como campos.	83

Capítulo 3. Posicionamiento conceptual en la investigación.

3.1 <i>Lo público</i>	88
3.1.1 <i>Lo público</i> : estado de la cuestión	88
3.1.2 El concepto de <i>lo público</i>	91
3.1.3 El significado de la <i>esfera pública</i>	93
3.1.4 El significado de <i>espacio público</i>	96
3.2 Ciudadanía.....	99
3.2.1 <i>Ciudadanía</i> : estado de la cuestión.....	99
3.2.2 El concepto de <i>ciudadanía</i>	103
3.2.3 La ciudadanía y lo ciudadano	107
3.3 Movimientos sociales	107
3.3.1 <i>Movimientos sociales</i> : estado de la cuestión	107
3.3.2 El concepto de <i>movimientos sociales</i>	114
3.3.3 Movimientos sociales y <i>frames</i>	123
3.4 Noticieros televisivos	126
3.4.1 <i>Noticieros televisivos</i> : estado de la cuestión.....	126
3.4.2 El significado de la información	132
3.4.3 El concepto de noticieros televisivos	132
3.4.4 El concepto de noticia	133
3.4.5 La noticia como modalidad narrativa	135
3.4.6 Periodistas y <i>marcos (frames)</i>	137
3.4.7 Conductor: <i>communicative framing</i> , palabra y poder	139
3.4.8 Formato y <i>communicative framing</i>	141
3.4.9 El recurso de la información noticiable.	142
3.4.10 Noticia y audiencias.	145
3.4.11 Noticieros, ideología y <i>communicative framing</i>	147
3.4.12 Visibilización/invisibilización, <i>communicative framing</i> y noticias.....	149
3.4.13 <i>Communicative framing</i> : desde los medios y los movimientos sociales	156

Capítulo 4. Rutas metodológicas para la aproximación empírica.

4.1 Problemáticas en la construcción de la realidad de estudio y decisiones metodológicas	160
4.2 Acotación del estudio por sus unidades de análisis	162
4.3 Comunidad Crece, A.C.	167
4.4 <i>GDL en bici</i>	167
4.5 Colega. O, A.C.	168
4.6 Tianguis Cultural de Guadalajara A.C.	168
4.7 Colectivo Ecologista Jalisco, AC (CEJ).	169
4.8 Campamento Informativo Ciudadano (CIC).	169
4.9 Acotaciones espacio/temporales de la investigación.	170
4.10 Rutas de abordaje empírico.	171
4.11 Abordaje metodológico de los noticieros de <i>GDL Noticias y Enfoques</i>	173
4.12 Metodología de aproximación a los enmarcamientos comunicativos (<i>communicative framing</i>).....	176

Capítulo 5. Datos e interpretación de resultados.

5.1 Resultados de la aproximación empírica a los noticieros televisivos.	186
5.2 Noticieros <i>Enfoques</i> y <i>GDL Noticias</i> : interpretación analítica de los resultados.	205
5.3 Aproximación empírica a los <i>enmarcamientos comunicativos (communicative framing)</i> de los conductores de noticias.	206
5.3.1 Conductores noticiosos: enmarcamiento (<i>framing</i>) de <i>problemas, actores, símbolos, contra/símbolos y dicotomías</i>	207
5.3.2 Enmarcamiento comunicativo (<i>communicative framing</i>) de auto/atribuciones, pautas de acción y alternativas por parte de los conductores de noticieros televisivos.....	209
5.3.3 Enmarcamiento comunicativo (<i>communicative framing</i>) de lo público y lo privado por parte de los conductores televisivos.	210
5.3.4 <i>Enmarcamiento comunicativo (communicative framing) del ciudadano</i> por los conductores de noticieros televisivos.....	212
5.3.5 El sentido de <i>lo público/ciudadano</i> en los conductores de noticieros televisivos.	213
5.4 Aproximación empírica a los <i>enmarcamiento comunicativo (communicative framing)</i> de dirigentes de movimientos sociales.	214
5.4.1 <i>Enmarcamiento comunicativo (communicative framing) del Campamento Informativo Ciudadano (CIC)</i>	215
5.4.2 Enmarcamiento comunicativo (<i>communicative framing</i>) del Tianguis Cultural.	218
5.4.3 <i>Enmarcamiento comunicativo (communicative framing) del Colectivo Ecologista Jalisco</i>	222
5.4.4 <i>Enmarcamiento comunicativo (communicative framing) del Comité Lésbico, Gay de Occidente</i>	225
5.4.5 Enmarcamiento comunicativo (<i>communicative framing</i>) de GDL en Bici.	229
5.4.6 <i>Enmarcamiento comunicativo (communicative framing) del grupo Comunidad Crece, A.C.</i>	233
5.5 Visión de conjunto desde los movimientos.	235
5.5.1 <i>Enmarcamiento comunicativo (communicative framing) del problema, sus actores y símbolos</i>	236
5.5.2 Atribuciones tipificadas al <i>gobierno</i> y a los <i>medios de comunicación</i>	239
5.5.3 Enmarcamiento comunicativo (<i>communicative framing</i>) de lo público desde los movimientos sociales.	241
5.5.4 Enmarcamiento comunicativo (<i>communicative framing</i>) del ciudadano desde los movimientos sociales.	243
5.5.5 Enmarcamiento comunicativo (<i>communicative framing</i>) de lo público/ciudadano en los movimientos sociales.	245
5.6 Comparativo entre <i>enmarcamiento (communicative framing)</i> de conductores de noticias y dirigentes de movimientos.	245
5.7 Auto/atribuciones de los <i>medios</i> y tipificaciones desde los movimientos sociales	254
5.8 La dimensión identitaria de los <i>enmarcamientos (framing)</i> de conductores y dirigentes.	255
5.9 Una primera lectura interpretativa: razón dominante y razón cosmopolita.	256

Capítulo 6. Discusión final. Puntos de llegada y nuevas rutas de partida.

6.1 Hallazgos y reflexiones sobre el nivel teórico-metodológico del estudio.	262
6.2 Hallazgos y reflexiones finales sobre los noticieros televisivos.	265
6.3 Hallazgos y reflexiones sobre los conductores televisivos.	268
6.4 Hallazgos y reflexiones sobre movimientos sociales locales.	269

6.5 Hallazgos y reflexiones sobre la construcción en disputa de <i>lo público/ciudadano</i>	273
6.6 Hallazgos y reflexiones sobre la visibilización/invisibilización de <i>lo público/ciudadano</i> en los <i>enmarcamientos comunicativos (communicative framing)</i>	277
6.7 Noticieros y movimientos sociales en la construcción y des-construcción de la esfera pública.	280
6.8 Reflexiones sobre el sentido de los <i>enmarcamiento comunicativo (communicative framing)</i>	281
6.9 Movimientos y noticieros: disputa y construcción mutua	283
6.10 Visión proyectiva sobre la construcción noticiosa.	285
6.11 Una ciudadanía comunicativa posible y necesaria.	290
6.12 Palabras finales.	293
Epílogo	295
Referencias	301
ANEXOS.....	327
Anexo 1. Parrilla programática. Ubicación del flujo externo al noticiero <i>Enfoques</i>	328
Anexo 2. Parrilla programática. Ubicación del flujo externo al noticiero <i>GDL Noticias</i>	328
Anexo 3. Cortinilla del noticiero <i>Enfoques</i>	328
Anexo 4. Contenidos de los bloques del noticiero <i>Enfoques</i>	328
Anexo 5. Contenido de los promocionales del noticiero <i>Enfoques</i>	333
Anexo 6. Cortinilla de entrada del noticiero <i>GDL Noticias</i>	333
Anexo 7. Contenidos de los bloques del noticiero <i>GDL Noticias</i>	334
Anexo 8. Comerciales en el Noticiero <i>GDL Noticias</i>	339
Anexo 9. Análisis crítico del discurso noticioso, un ejemplo.	341
Anexo 10. Mapa inicial de investigación.	345
Anexo 11. Cartografía de ubicación estructural del estudio.	345
Anexo 12. Mapa general del problema de investigación desde la noticia.	346
Anexo 13. Mapa analítico sobre las mediaciones en el consumo de noticieros	346
Anexo 14. Mapa analítico para la comprensión de la disputa en el consumo de noticias.	347
Anexo 15. Preguntas de entrevista a los dirigentes de los movimientos sociales.....	347
Abreviaturas	349
Figuras, tablas y gráficas.....	351

Rutina. Encender la televisión. Sintonizar un canal televisivo. Distraer la mirada a través de la oferta programática; *zapping* hasta detenerse en la noticia que atrae. Resuena la voz del conductor: “Aparece la niña Paulette”. Días antes fue el sismo en Chile, y antes el terremoto en Haití, y todavía antes de esos antes “Chava Cabañas fue baleado en bar del Distrito Federal”. Noticieros que dicen informar sobre asuntos de interés. Mientras eso ocurre, en Jalisco, productores derramaron leche cada cinco kilómetros hasta llegar a la ciudad de Guadalajara. Tiran 100 mil litros de este producto en el Estado, ante la exigencia de un aumento en el precio. Poco después, integrantes de *GDL en Bici* colocan una bicicleta blanca en memoria de un niño ciclista que semanas antes fue atropellado por una unidad del transporte urbano. Noticieros y movimientos sociales, actores diferentes, escenarios y agendas distintas. Los primeros preocupados por el *rating*, la espectacularización y la ganancia; los segundos, buscando estrategias que les hagan visibles ante los ojos de la población. Construyendo maneras en que la rutina de la cotidianidad se haga presente en *lo público* en formas estéticas de protesta, que potencien las intervenciones en, desde, sobre y para el espacio público (Martín-Barbero, 2004). Los dos acontecimientos involucran personas, accidentes y hechos de interés social en tanto asuntos públicos. El caso Paulette es visto por audiencias masivas; el otro es visto sólo por transeúntes. Surge la pregunta ¿por qué en escenarios distintos, en casos diferentes, el tratamiento es radicalmente distinto? ¿Existe alguna diferencia entre ser mostrado y ser visibilizado?

Los hechos, otros. En el marco del Día Internacional de Acción por la Salud de las Mujeres (28 de mayo), el agrupamiento en Jalisco de *Católicas por el Derecho a Decidir*¹, junto con más de un centenar de organizaciones de la sociedad civil, lanzó una campaña nacional llamada “Otra mirada católica del aborto”. Su propósito era informar a las mujeres que en la tradición de esta Iglesia nunca ha habido una postura única sobre el aborto, y que en muchos casos la Iglesia católica no condena esta práctica. Además buscaban, según su decir, dar a conocer argumentos de la tradición católica que procuran reafirmar la autoridad moral de las mujeres, y contribuir a eliminar la culpa asociada a la decisión de practicarse un aborto. Sin embargo, a pesar de que el aborto ha sido reconocido como un problema de salud y un asunto de interés público, prácticamente nada de lo relacionado con esta

¹ Cfr. <http://www.catolicasporelderechoadecidir.org/inicio.php>, recuperado el 30 de mayo de 2010.

convocatoria fue considerado en los medios electrónicos de comunicación tradicionales, como la radio y la televisión comercial y estatal. Particularmente nada se dijo de esto en los noticieros televisivos locales. Con lo que se destaca la exclusión que, este tipo de medios, hizo respecto a una manifestación cultural específica, de un grupo: *Católicas por el Derecho a Decidir*. Surgen las preguntas: ¿es la exclusión una práctica constante en los medios de comunicación y particularmente en la televisión? ¿La televisión sólo difunde los saberes socialmente legitimados? ¿Las mujeres deben contar con el reconocimiento social/institucional como para que sus prácticas sean reconocidas como pertinentes? ¿O es que la acción de las mujeres no reúne los criterios de noticiabilidad de una información? ¿Les faltó a las mujeres contar con una estrategia de comunicación propia?

Otro hecho más. El 14 de junio de 2010 el titular del ejecutivo de Jalisco presentó formalmente su nuevo Plan Integral de Movilidad², en el cual se considera la construcción de una Vía Express pensada como viaducto que se erija sobre las vías del ferrocarril de Av. Washington. A decir del gobierno este viaducto permitirá a 28 mil vehículos automotores atravesar la ciudad de Guadalajara, en un recorrido 23 kilómetros en 14 minutos. Esta obra, que el gobernador Emilio González calificó como “de impacto positivo” para la zona metropolitana de Guadalajara, tendrá un costo promedio de seis mil 500 millones de pesos, y se otorgará una concesión de 30 años a los futuros operadores. Esto les permitirá cobrar una cuota establecida por las proyecciones financieras de 1.5 pesos, más IVA, por kilómetro recorrido. Esta fue la voz del gobierno difundida por los diferentes medios impresos y los noticieros televisivos locales.

Voces disonantes, provenientes de académicos críticos y dirigentes de movimientos sociales consideraron que este proyecto sigue otorgando preeminencia al automóvil, y que implica una exclusión de esta vía de comunicación a quienes no puedan pagar el costo por su utilización. Además se pronunciaron por una política integral y sustentable de movilidad para la ciudad.

Interrogante ¿Existen formas diferenciadas de significar *lo público/ciudadano*? Lo que acaparó los espacios noticiosos televisivos locales fue la iniciativa del gobernador. Su propuesta apareció enmarcada como muestra de voluntad de progreso, de modernidad

² Información publicada en el periódico El Informador, el 15 de junio de 2010.



urbana, técnicamente fundamentada, futurista y generadora de empleos y beneficios en tiempo para el automovilista. Bajo esta avalancha de argumentos informativos los agentes opositores fueron silenciados, marginados y excluidos de los espacios mediáticos, y cuando sus puntos de vista lograron filtrarse en algún espacio informativo fueron enmarcados como ideas contrarias a la modernidad y al desarrollo de la ciudad, como opiniones conservadoras y con desconocimiento sobre la trascendencia de este tipo de obras de vialidad urbana.

Nada se dijo tampoco en los noticieros televisivos locales acerca del futuro que le depara, de ejecutarse el proyecto, a la comunidad mixteca de 60 familias, establecida desde hace 30 años en los márgenes de las vías del tren, en la colonia Ferrocarril, por donde pasará esta Vía Express. Ellos son los inexistentes tanto para el gobierno y los empresarios, como para los noticieros televisivos. Su problema no fue considerado asunto *público*, ni su reubicación un atentado a su derecho a contar con un lugar donde vivir, como parte de su ciudadanía social.

Rompiendo la rutina. El jueves 5 de noviembre del 2009, las instalaciones de Milenio Televisión fueron ocupadas por trabajadores del Sindicato Mexicano de Electricistas (SME)³. Voces que se escuchan: “ ¡No somos uno, no somos diez, prensa vendida cuéntanos bien!” Había consignas y tensión. Carlos Marín Director de Grupo Milenio y Ciro Gómez Leyva, Director Editorial adjunto de *MILENIO* recibieron una comisión de seis trabajadores del sindicato. Su exigencia era que el espacio televisivo y el diario Milenio “hablaran con la verdad” y les dieran “derecho de réplica”. Entre expresiones entrecruzadas, micrófonos con sonido viciado, pocas pausas, ruidos ambientales y arrebatos de palabra, se pudo escuchar de boca de Ciro Gómez Leyva: “Nunca en la historia de la televisión mexicana se han transmitido los mítines de un grupo de izquierda en vivo” dijo, refiriéndose a que Milenio sí lo había hecho. Y ante los reclamos de los presentes, el propio Director Editorial interrumpió afirmando tajantemente “¡Ha salido Martín Esparza, hombre!”, refiriéndose al Secretario General del SME. Adicionalmente, con un tono de reto provocador, invitó a su espacio televisivo: “Si quieren entrar, y no es vendido, y no es una trampa, pueden entrar”. En respuesta uno de los trabajadores le dijo: “Dale chance al secretario que hable ¿por qué no lo dejas hablar?”. Y

³ La referencia completa de lo acontecido en Milenio Televisión, se obtuvo el 5 de diciembre de 2009, se puede revisar en la siguiente dirección de internet <http://www.youtube.com/watch?v=0QcgkwZbdl5>

más adelante, en un tono más fuerte, **Ciro Gómez** expresó en particular a uno de los miembros del SME: “el único periodismo que aceptas es el del elogio, si no es elogio, es periodismo vendido”. A lo que otro trabajador contestó que “si van a hacer una entrevista y tenemos el derecho de réplica, tienen que darnos el tiempo suficiente para contestar lo que está pasando”. Más adelante **Carlos Marín** asumió la responsabilidad de la reunión con los electricistas y advirtió: “Y perdón, esto de los tiempos de réplica o de respuesta pues tampoco se puede tomar dos o tres días hablando de lo mismo”. Aunque los trabajadores insistían con sus peticiones: “Queremos este foro hacerlo llegar al pueblo de México”. También le dijeron: “El problema es que el señor **Ciro Gómez Leyva** le dé el mismo tipo de entrevista que le da a los funcionarios del gobierno”. En respuesta recibieron el argumento de que “normalmente las entrevistas en radio o televisión no se llevan más de cinco o diez minutos”. A lo que los sindicalizados objetaron también con un tono sarcástico: “Raramente, cuando viene **Martín**, le da dos minutos y **Ciro Gómez Leyva** habla ocho, y cuando vienen los contrarios o los funcionarios del gobierno **Ciro Gómez Leyva** habla dos y les deja ocho”. Y ante la pregunta del Director de por qué fueron a protestar a la televisora, uno de los trabajadores tomó la palabra para responder: “¿Cuál es el propósito de venir aquí?, el propósito es exigirle a **Televisión Milenio**, exigirle, y al periódico **Milenio**, que no diga mentiras, y que no saquen publicaciones que no tiene constatadas en documentos”. En respuesta, **Carlos Marín** les dijo: “Sería imposible en cualquier medio que nos pusiéramos a ver documento por documento, todos los que ustedes quisieran ver”. Pero además en tono de reclamo pidió: “Y no vuelvan por favor...díganle a sus compañeros que no exijan, así como yo no me atrevería a pedir que haya electricidad que no dé toques, que no demanden periodismo objetivo porque no existe...eso no se ha inventado?”. Y a manera de sugerencia expresó “Debieron agradecerle a **Ciro** que puso al aire toda la transmisión de su marcha”. Mientras que por respuesta los trabajadores insistieron en el asunto que les preocupaba: “Nosotros venimos a pedir el derecho de réplica como trabajadores sindicalizados...Lo que queremos es quitar hacia el público es la percepción que han manejado la mayor parte de los medios en el sentido que somos un sindicato de choque”. Finalmente en un alarde de crítica, uno de los trabajadores, dirigiéndose a **Carlos Marín** de manera formal, respetuosa, pero insistente, le señaló que él había estudiado Ciencias de la Comunicación, a lo que **Marín** le replicó que esa carrera no existía, y después de un estira y

afloja verbal, el trabajador sin aceptar interrupciones le planteó convincentemente: “Esta es una manifestación de que el sesgo lo maneja quien tiene el micrófono en la mano; quién puede decir ‘por favor expresen’...esa no es manera de tratar a la gente, esa no es manera de entrevistar...finalmente lo que aquí yo estoy viendo es ese sesgo con el que se maneja la información...aquí precisamente se está llevando al ritmo que usted le gusta”.

En este escenario llaman la atención demandas elementales de los trabajadores: veracidad, formato de entrevista similar a la aplicada a otros entrevistados, derecho de réplica y tiempos equitativos. Nada del otro mundo. En esta protesta los trabajadores buscaban interlocución respecto a un proyecto noticioso/televisivo de alcance restringido. Lo que les preocupaba era la imagen del sindicato y de su lucha que se estaba proyectando. La respuesta de parte de los representantes empresariales de Milenio fue con base a una escala de criterios televisivos: tiempos, formas, contenidos y procedimientos. Otra lógica distinta a la que opera un movimiento social sindical, de los llamados clásicos. Fueron trabajadores de un sindicato con decenas de años de experiencia de lucha. Se les cedió el espacio después de la protesta. Después vendría el plantón afuera de Televisa. Pero ¿lograría lo mismo que los sindicalistas del SME el joven criminalizado, el ambientalista inconforme, el homosexual estigmatizado o la mujer victimizada sin organización ni recursos, y que cotidianamente son simplemente mostrados en la pantalla televisiva? Preguntas como éstas sólo pueden contestarse vinculando las preocupaciones investigativas con las necesidades sociales, políticas y comunicativas de agentes sociales como los aquí dibujados.

Decía Marx en 1848, en su célebre Manifiesto del Partido Comunista, lo siguiente: “La historia de todas las sociedades hasta nuestros días es la historia de la lucha de clases” (Marx, 1979: 32). Tomando como punto de partida esta expresión se pueden plantear algunas reflexiones que apunten a otros terrenos. Esta historia de lucha entre clases ha sido en todo momento una confrontación situada históricamente, y aunque con características comunes compartidas en ciertos periodos y coyunturas, esto no convalida universalizaciones, sino que exige acercamientos situados para lograr su comprensión. Es en este sentido que, también desde lo concreto, se puede señalar que la historia de la lucha de clases ha sido una historia donde se ha disputado no sólo capital económico, sino también capital simbólico, que es útil para representar las relaciones de clase desde perspectivas diferentes, acordes a los intereses de los grupos, las clases y las instituciones que contienden en los diferentes campos sociales. También es un capital necesario para fortalecer el poder de ciertas clases y su correlación de fuerzas respecto a otras clases, a través de múltiples recursos, entre ellos el de la comunicación.

Esto explica el por qué a lo largo de la historia las clases dominantes han reconocido la importancia que tiene el control de la comunicación como una forma de reforzar y reproducir su dominio, a través del mecanismo privilegiado del poder de la violencia simbólica. Históricamente, sectores amplios de la población han sido expropiados de sus medios de producción comunicativa. Esta expropiación ha implicado la separación de los productores directos de la comunicación de los medios para producirla y del control de las condiciones para realizarla. Es así que las clases dominantes se han apropiado de la palabra y de los medios para pronunciarla; de las imágenes y los recursos para proyectarlas; de los sonidos y de la banda sonora para hacerlos escuchar. Pero no solamente los capitalistas se han apropiado de forma privada de los medios materiales de comunicación, sino también de los espacios, de los recursos y de los productos comunicativos mismos.

El conjunto de los procesos asociados a la comunicación también pasan al control privado: la reproducción, la producción, la transmisión y la apropiación económica y material que dejan los productos comunicativos. En el marco de la modernidad capitalista, y bajo el predominio de la lógica de mercado, la disociación de los individuos, grupos y clases de sus medios y condiciones de producción comunicativa convierten a los mensajes en mercancía; a los medios en infraestructura material e institucional útiles para la

realización de sus ganancias; a los productores de la comunicación en técnicos/especialistas/asalariados; y a los usuarios de los medios en sujetos integrantes de un mercado de consumo de sus productos y sus ideas.

Pero estos procesos de expropiación comunicativa sólo han sido posibles en la medida que han concurrido otras transformaciones más allá del campo de la comunicación. En el campo económico se da un tipo de expropiación, de donde surgen claramente diferenciadas las clases propietarias/dominantes y las clases no propietarias/dominadas. En el campo político también se expropia históricamente a la sociedad de la capacidad de decidir sus asuntos colectivamente, y surgen grupos especializados en gobernar e instituciones *ad hoc* para ejercer la autoridad y el poder de los dominantes sobre los dominados.

La conjunción de escenarios en el ecosistema de campos en la sociedad favorece que los intereses económicos y políticos se hagan presentes en el campo de la comunicación, y que éste se entrecruce con el campo económico y político. La comunicación se hace indispensable para los campos de la sociedad porque es a través de ella que los agentes y las instituciones están en posibilidades de intercambiar información. Sin embargo, ha de quedar claro que la comunicación no sólo es un medio de interconexión entre los individuos, grupos, clases e instituciones, sino, además, un proceso creador de sentido, que se desarrolla en todo momento sobre condiciones estructurales de desigualdad de clase, edad, género, etnia, creencia y preferencias sexuales.

Estas diferencias estructurales son las que están en la base de todo proceso de intercambio de sentidos, que entonces no se pueden reducir a su dimensión de intersubjetividad. Más bien deben reconocerse las raíces estructurales de desigualdad sobre la que se construyen los procesos de intercambio de representaciones subjetivas/simbólicas. Y es precisamente sobre esta base de asimetría social, económica y política, que la desigualdad comunicativa opera a favor de los que tienen la propiedad privada de los medios y las condiciones de producción y circulación comunicativa. Esto hace que en la producción mediática pueda reconocerse la desigualdad estructural. El sentido mismo que se produce se hace desde condiciones de poder. Por lo que dicho sentido tenderá a expresar el sentido dominante del grupo y clase que posee los medios de producción comunicativa, el poder de controlar las condiciones producción y circulación de mensajes, y establecer



formas en las que quiere se realice el consumo de sus mensajes. Y este sentido dominante es el que le sirve a los grupos y clases hegemónicas para reforzar su poder, legitimándolo, naturalizándolo. Haciendo ver como natural la apropiación privada de los medios, las condiciones y los productos de comunicación. Haciendo creer que la visión que se transmite a la sociedad a través de los medios es la única posible, verdadera y válida, por lo que debe ser creída y asumida como guía de acción en la cotidianidad por los grupos subordinados; y reproduciendo las posiciones sociales de dominio y subordinación de clase, pero ahora en el terreno comunicativo. Logran, así, que los consumidores de medios acepten como única vía el de ser receptores de mensajes, nunca productores ni transmisores.

Bajo estas condiciones se entenderá que el campo de la comunicación mediática se encuentra dividido en dos grandes grupos: los propietarios de los medios y de las condiciones de producción de la comunicación, y los no propietarios de medios, ni de dichas condiciones. Es a partir de este presupuesto que se entenderá el por qué se hace indispensable que cualquier problema de la comunicación rebase aquel ámbito que la reduce a interacción subjetiva o la tendencia a dilucidar sólo la estructura y el contenido de los mensajes o su significación, haciendo abstracción de las condiciones materiales de producción comunicativa desde donde se construye aquella.

Y no es que los grupos y las clases dominadas se queden sin formas de comunicación. Pero éstas son modalidades subordinadas a las formas de comunicación dominantes que se auto/legitiman y legitiman, al mismo tiempo que des-legitiman las formas de comunicación dominadas. Son los grupos dominantes quienes deciden, dada la relaciones de fuerza favorable en un momento determinado, qué es comunicable y qué no es comunicable; qué y a quién se debe publicitar, y qué y a quién se debe ocultar; qué se debe decir y qué se debe callar; qué y a quién se debe incluir, y qué y a quién se debe excluir; qué y a quién se debe integrar, y qué a quién se debe fragmentar. Estas decisiones son más fáciles de implementar, dependiendo de la menor resistencia y lucha que opongan los sujetos a los que se pretende marginar o invisibilizar de la comunicación mediática.

Si bajo esta lógica se coloca el fenómeno reconocido de que, cada vez de manera más persistente, la televisión e internet se han encargado de publicitar asuntos que tradicionalmente habían sido considerados como de carácter privado y de privatizar



asuntos públicos. Se destaca la forma en que han salido a la luz pública y se han creado escándalos (Thompson, 2001) a partir de la vida íntima de personajes políticos y del mundo de los espectáculos; de las prácticas sexuales de integrantes de órdenes religiosas; y de las políticas de gobierno consideradas como secretos de Estado¹. Asimismo, y en correspondencia, en estos tiempos han adquirido relevancia los oficios tanto de *paparazzi* como de *hacker*. Los sujetos que están detrás de estas prácticas se auto/presentan y proyectan como des-veladores de secretos sociales y políticos por antonomasia. En estas condiciones, conglomerados importantes de televidentes e internautas asumen con beneplácito el tener acceso a este tipo de información. Inversamente está el hecho de que de la misma manera que se publicita *lo privado*, también se privatiza *lo público*. Y en este ámbito la televisión, sobre todo, interviene para favorecer el ocultamiento de aquella información de interés público, procurando no afectar los intereses económicos y políticos propios o los de sectores sociales aliados. Con esto se evidencia que lo que se publicite o se oculte, se decide desde el campo de fuerzas de la lucha entre los mismos dominantes, y entre los dominantes y los dominados.

Sin embargo, el problema comienza cuando se plantea la pregunta sobre lo que ocurre cuando ya las audiencias y usuarios de internet conocen sobre los abusos sexuales, las violaciones, la corrupción y las políticas de intromisión de los gobiernos estadounidenses o las actitudes de sumisión de los gobiernos locales. ¿Lleva esto a plantearse otras interrogantes sobre el origen, el carácter, la capacidad de manejo y comprensión y el uso que se le pueda dar a esa información a la que se tuvo acceso? Las respuestas a estos asuntos no pueden provenir del sentido común, del saber inmediato y fragmentario, con el que cotidianamente se opera. Es en este momento, y para esta tarea, que el análisis comunicativo, fundamentado y sistemático se hace indispensable.

Teniendo como referentes estos planteamientos es que se entenderá que los procesos comunicativos sólo pueden comprenderse en su complejidad si se abordan desde una perspectiva analítica que reconozca lo que tiene de estructural e intersubjetiva la realidad de que se trate; si la realidad se problematiza comunicativamente en sus contextos históricos;

¹ Señala Bourdieu (2002: 294) la manera en que la televisión opera como una ventana que permite al ciudadano asomarse al juego de los políticos, creyendo que pasan desapercibidos. A través de la pantalla televisiva, los políticos están bajo el derecho de ejercicio ciudadano de “mirada de todos”.



si el análisis comunicativo se construye historizadamente, de tal forma que permita desnaturalizar lo que aparece como normal en la comunicación, por ejemplo el ocultamiento o la publicitación de la información bajo interés empresarial, político o de incremento de audiencias; si desde el análisis comunicativo, la realidad se trata de entender en sus elementos, relaciones, fases y niveles, de forma articulada; si es un análisis comunicativo contextualizado donde los entornos se reconozcan como parte integral del proceso comunicativo analizado, y donde éste se identifique como parte presente en dichos contextos; si es un análisis comunicativo holístico, que permita articular en un solo proceso abarcador los diferentes elementos, en esta publicitación de los asuntos privados, pensando cada parte como totalidad, y a la totalidad del proceso como un todo articulado por totalidades parciales; si es un análisis comunicativo que supere la visión dicotómica desigual y jerarquizante que predomina en los estudios funcionales de la comunicación; si es un análisis comunicativo que no excluya a agentes sociales con base en criterios de temporalidad, saberes, escala o productividad; si es un análisis comunicativo donde los resultados que se obtengan sean considerados relativos, parciales y no como verdad única; y si es un análisis comunicativo que se construye como interdisciplinar, interrogando a la realidad de estudio desde diferentes ciencias y enfoques.

Es bajo estos criterios que el presente trabajo buscó posicionarse desde una perspectiva comunicativa que respondiera a estas exigencias. Se trató de hacer aparecer como posible lo que en la creencia dominante se ha insistido en mostrar como imposible; de hacer probable lo que se ha sancionado como improbable. Se buscó desde asuntos tan cotidianos como los noticieros televisivos y las manifestaciones de los movimientos sociales poner en entredicho lo que se ha considerado como evidente por ser observable. Trató de aproximarse para distanciarse y, a partir de esto, politizar la realidad de estudio, en la medida que lo que se está cuestionando es la validez de las representaciones simbólicas que se han conformado sobre los asuntos públicos, privados y ciudadanos, desde los espacios informativos. Se trató de contribuir a que los expropiados de los medios de producción comunicativos den la batalla que les permita recuperar la posición de fuente emisora para hablar en lugar de ser hablados (Bourdieu, 2000a: 19), para mostrar en lugar de ser mostrados.



Se trató de hacer en esta investigación un análisis alejado de criterios morales, taxativos, performativos. Más bien se le trató de colocar en una ruta de trabajo basado en la descripción densa, que diera cuenta de lo que es, hay y existe en los noticieros televisivos y la manera en que ocultan, excluyen, marginan, silencian e invisibilizan asuntos de interés colectivo; y de lo que hay de resistencia y complicidad en las prácticas y representaciones simbólicas sobre lo público/ciudadano en los movimientos sociales para, sobre de esta base, evidenciar las condiciones objetivas que prevalecen en la relación de fuerzas entre los expropiadores y los expropiados de los medios de comunicación; y a través del análisis construir las estrategias que favorezcan una acumulación de capital comunicativo y simbólico para los dominados, sin darles lecciones, ni sugerir utopías a-históricas. En cambio, sí procurando que el discurso investigativo se convierta en una arma útil para que los hasta ahora destinatarios y consumidores de medios, dejen de verse naturalizadamente como parte de la nota roja, de la información de escándalo o como público de un *reality show* y, en cambio, se asuman ellos mismos como protagonistas en la televisión y sus noticieros; como productores de sus propias narrativas, de sus propios lenguajes y formatos; y como ciudadanos empoderados en los medios y en el campo social.

Bajo esta perspectiva fue que a lo largo de esta investigación se problematizó a los noticieros televisivos como escenarios de desenvolvimiento de los conductores y de construcción de *enmarcamientos comunicativos*² (*communicative framing*), desde los cuales buscan establecer una visión dominante y legítima sobre lo que se debe considerar asuntos *públicos/ciudadanos*. Por otro lado, esta investigación trató de identificar los procesos de resistencia a la perspectiva dominante, mediante los cuales los dirigentes de los movimientos sociales construyen, a su vez, desde sus escenarios propios *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) sobre lo público/ciudadano.

La presentación expositiva de los resultados de este trabajo se estructuró de la siguiente manera. En el capítulo uno se busca explicar el sentido de la investigación desarrollando los aspectos de problematización implicados en la construcción del objeto de estudio. Es en este espacio donde se estableció el planteamiento del problema, la manera en

² En esta investigación, “enmarcamiento comunicativo” será la forma nominal de referirse al “communicative framing”. El sentido conceptual de este término se aborda en el capítulo siguiente. Por otro lado, buscando otorgarle un sentido que no se preste a confusiones, a lo largo de este trabajo se utilizará “marco”, “enmarcamiento” y “enmarcamiento comunicativo” para referirnos a “frames”, “framing” y “communicative framing”.

que se justifica la investigación y la contribución que con ésta se espera hacer al campo científico. De la misma forma se plantearon los referentes generales, los presupuestos particulares y los propósitos epistemológicos considerados en la realización de la investigación. Finalmente, en este mismo capítulo se esclarece la perspectiva teórica desde donde se realizó el estudio, y se desarrolla el estado de la cuestión de los conceptos fundamentales vinculados a éste. El capítulo dos se dedica a presentar las características de los contextos más generales y aquellos relacionados con lo nacional y lo local, poniendo atención sobre todo en los escenarios comunicativos, que mayor relación tienen con el problema de investigación. La finalidad de dedicar el segundo capítulo precisamente a los contextos, fue para que la propia construcción conceptual se entendiera históricamente en referencia a aspectos estructurales presentes en las condiciones actuales. En el tercer capítulo se desarrolló la definición de los conceptos de ordenadores de la investigación y se realizó una problematización de los mismos, buscando dejar claro el sentido que se les asigna en el estudio, considerándolos como formulaciones abstractivas entendidas desde sus entornos históricos. En el capítulo cuatro se encontrará la información relacionada con las problemáticas que fue planteando esta investigación, y las decisiones metodológicas que se tuvieron que asumir para resolverlas. También aparecen las formas en que se delimitó el objeto de estudio, y las rutas que se fijaron para la aproximación empírica al mismo. En el capítulo cinco se presentan, de forma sistemática, los resultados obtenidos en el acercamiento práctico a las unidades de análisis de la investigación y la interpretación que se hizo de estos hallazgos. Finalmente, en el sexto capítulo, se desarrolla la discusión final sobre el conjunto de la investigación realizada, abarcando tanto su nivel teórico/metodológico, como empírico. De la misma manera, se esbozan algunas propuestas de reflexión sobre los asuntos nodales del estudio y se marcan rutas específicas de lo que podrían ser líneas de investigación, para estudios a realizar posteriormente, considerando las conclusiones de este trabajo, como punto de llegada parcial.

Una vez que se ha establecido el contenido de este estudio, se espera que su desarrollo y resultados cumplan con los propósitos de ser una veta, modesta, para la reflexión crítica de realidades actuales, desde una perspectiva comunicativa compleja y comprometida en la construcción de una utopía históricamente realista, en beneficio de los que han sido históricamente subordinados.



Juan Manuel Velázquez Ramírez.
Tlaquepaque, Jalisco, México, junio de 2011.



**Capítulo 1. Construcción del problema de
investigación: de las ausencias a las
emergencias.**

“Erase una vez un hombre. Era *una vez*. Era, puesto que ya no es. *Era*, así que *es*, porque sabemos que ‘era una vez un hombre’ y que *será* mientras haya alguno dispuesto a contar su historia. Es un ser humano el que ‘era una vez’, y sólo los seres humanos pueden contar su historia porque sólo los seres humanos saben que ‘era una vez’. ‘Era una vez’ es el tiempo de los seres humanos. Es tiempo humano”
(Agnus Héller)

La investigación es estructura, en tanto discurso científico organizado y proceso que se realiza como práctica científica. En este trabajo la comunicación se coloca como eje estructurador. Se partió de la idea de que la construcción comunicativa de este estudio tenía que considerar los cambios que se vienen operando en la realidad social objeto de investigación (base óptica); tenía que esforzarse por desarrollar una perspectiva teórica y comprender relaciones que a partir de ésta pueden establecerse con dicha realidad (base epistemológica); y tenía que vincularse a la sociedad, desarrollando posturas críticas y re-configurativas de los escenarios sociales involucrados en el estudio (base praxeológica). Son estas las tareas generales que se buscaron desarrollar a lo largo de esta investigación.

En un primer momento, partimos de varias consideraciones. Primero, que el objeto de estudio de una investigación no existe al margen de una variedad de procesos de objetivación que lo hacen posible como tal. Segundo, que estos procesos incluyen momentos combinados de aproximación y distanciamiento empírico y analítico, y de concreción y de abstracción, orientados por rutas metodológicas, apoyadas por el uso de métodos y técnicas correspondientes. Tercero, que dichos procesos constructivos de la realidad¹ fueron puestos en marcha por un investigador objetivamente situado, que se fue construyendo junto con la misma investigación. Cuarto, que se trata de poner en evidencia el sistema de relaciones objetivas entre las estructuras y las disposiciones estructuradas a través de las cuales estas estructuras se actualizan y tienden a reproducirse como interiorización de la exterioridad y exteriorización de la interioridad (Bourdieu, 1988). A

¹ Se entenderá como el conjunto de relaciones objetivas que existen independientemente de la voluntad de los individuos. Las interacciones o vínculos subjetivos entre los individuos sólo pueden comprenderse como procesos donde se hacen presentes de manera interiorizada las estructuras sociales

partir de esto, la realidad motivo de investigación no puede reducirse a las puras representaciones, sino que hace indispensable considerar las condiciones objetivas/estructurales que median en este proceso de construcción (Lahire, 2004: 94-95).

Con base en estos criterios es que en el presente capítulo pretendemos dar cuenta, en varios niveles, de la tarea de construcción de la problemática de la investigación realizada: reconocimiento de los hechos sociales que posibilitaron la selección de la realidad de estudio y su problematización inicial; la fijación de los criterios que le dieron pertinencia a este trabajo; la identificación de los aportes que esta investigación realiza al campo de los estudios científico/sociales; la explicitación de los objetivos que se propusieron alcanzar en este estudio; la formulación de los supuestos de los que se partió para realizar este trabajo; y el establecimiento de la postura epistemológica, y medidas relacionadas con su auto/vigilancia; y la perspectiva teórica desde la que se fundamentó este estudio y la definición de conceptos de primer orden.

1.1 Tema y preguntas de investigación.

Señala Bourdieu (2000a: 52) que uno de los secretos del investigador es el de encontrar los objetos empíricos que permitan plantear problemas teóricos pertinentes. Bajo esta premisa es que el tema de esta investigación se alimentó de la preocupación por clarificar el sentido que asume *lo público/ciudadano* como resultado de los procesos de enmarcamiento comunicativo² (*communicative framing*), que se desarrollan desde noticieros televisivos y los movimientos sociales locales. Fue de esta manera que como tema de esta investigación se consideró a *lo público/ciudadano*, los *noticieros televisivos* y los *movimientos sociales*.

Partiendo del hecho de considerar a estos tres elementos como partes de la realidad de estudio, en el tratamiento investigativo les asignamos funciones diferenciadas. A *lo público/ciudadano* lo consideramos como la parte nodal de la realidad investigada, que estructuralmente cumplió la función de concepto ordenador. A los *enmarcamientos*

² Enmarcamiento comunicativo (*communicative framing*) entendido inicialmente como encuadre de aspectos de la realidad, que se construye por parte de agentes históricamente situados que, a través de ellos, generan y circulan determinados tipos de sentidos.

comunicativos (communicative framing) les otorgamos el lugar de perspectiva analítica. Siguiendo a Anderson (1996) y a Bourdieu (2000a: 52), a los *noticieros televisivos* y a los *movimientos sociales locales* los consideramos como mundo fenoménico y les asignamos la función de referentes empíricos del estudio, que son aquellos que permitieran plantear problemas teóricos. Todo esto como producto de un recorrido variado de aproximación-distanciamiento-búsqueda-aproximación.

Procurando actuar de forma científicamente inteligente (Bourdieu, 2000a: 53), buscamos colocarnos en una situación generadora de un verdadero problema, de una verdadera dificultad investigativa. Bajo esa lógica, dos interrogantes fueron las que orientaron el conjunto del proceso investigativo: ¿Se desarrollan desde noticieros televisivos y movimientos sociales locales *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* sobre *lo público/ciudadano*? y ¿De qué manera estos procesos de *enmarcamiento (framing)* favorecen la construcción de ausencias y emergencias de acontecimientos, actores y prácticas asociadas a los asuntos públicos/ciudadanos?

De estas preguntas fundamentales se desprendieron preguntas subsidiarias como las siguientes: ¿Qué características asumen en la actualidad los noticieros televisivos locales? ¿Cuáles son algunos rasgos particulares que poseen los movimientos sociales tapatíos? ¿Qué relaciones de fuerza existe entre noticieros y movimientos sociales ubicados en el campo de la información? ¿Qué sentido adquieren las noticias televisivas en los contextos presentes? ¿Cómo se entienden las nociones de *marco (frame)*, *enmarcamiento (framing)* y *enmarcamiento comunicativo (communicative framing)*? ¿Qué tipos de *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* sobre los asuntos públicos y ciudadanos se construyen desde los noticieros televisivos locales? ¿De qué manera estos *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* favorecen procesos de configuración y/o des/configuración de sentido de *lo público/ciudadano*? ¿Cuál es la visión dominante que sobre *lo público/ciudadano* se encuentra contenida en los *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* contruidos desde algunos noticieros televisivos locales? ¿Se construyen *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* sobre *lo público/ciudadano* desde movimientos sociales locales? ¿Qué puntos de encuentro y des/encuentro sobre *lo público/ciudadano* se reconocen en los *enmarcamientos*

comunicativos (*communicative framing*) construidos desde algunos noticieros televisivos y movimientos sociales locales? ¿De qué manera los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) de los noticieros y movimientos posibilitan o no procesos de visibilización e invisibilización de *lo público/ciudadano*, sus actores y sus acciones?

1.2 El título de la investigación.

El título de investigación lo formulamos de la siguiente manera:

Ausencias y emergencias de *lo público/ciudadano* en noticieros televisivos y movimientos sociales. Un acercamiento desde la perspectiva del *communicative framing*.

De este planteamiento se destacaron dos presupuestos fundamentales que fue necesario considerar en esta investigación: la existencia de noticieros y de movimientos sociales locales como constructores de *enmarcamientos comunicativos* sobre *lo público/ciudadano*; y las creaciones de ausencias y emergencias de ciertos actores y prácticas, lo que resulta de posiciones asimétricas de agentes en sus procesos de lucha por el establecimiento de *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) legítimos sobre *lo público/ciudadano*.

El eje analítico que cruzó el conjunto de la investigación fueron los *enmarcamientos comunicativos* sobre *lo público/ciudadano* (*communicative framing*). El que colocáramos esta problemática como elemento articulador del conjunto de la investigación, tuvo como finalidad el orientar las aproximaciones a la realidad de los noticieros televisivos y los movimientos sociales, y las expresiones discursivas en las que toman cuerpo sus *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) sobre asuntos, actores, relaciones y las prácticas públicas y ciudadanas. Se consideró que a partir de la creación de estos *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) es que se evidencian las ausencias y emergencias, en las que se objetiva la diferencia en la configuración simbólica que sobre *lo público/ciudadano* se realiza desde los noticieros televisivos y los

movimientos sociales estudiados. Estas articulaciones analíticas entre eje, niveles y elementos las plasmamos en el siguiente gráfico.

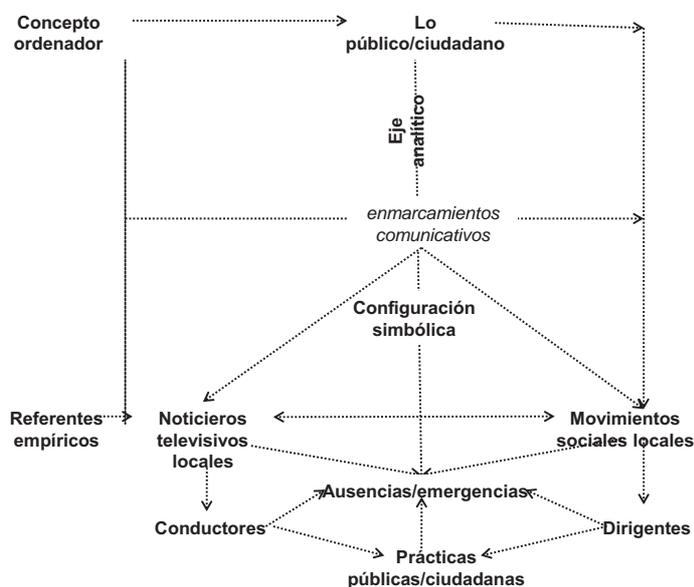


Figura 1. Concepto ordenador como eje y referentes empíricos.

1.3 Objetivos generales y particulares de la investigación.

Los objetivos generales y particulares que se plantearon para esta investigación transitaron por diversos momentos, en correspondencia a las sucesivas aproximaciones que fuimos realizando hacia la realidad investigada. Finalmente, como resultado de este trabajo es que se formularon los siguientes objetivos.

1. Identificar las características de los contextos histórico/sociales desde los cuales se construyen los procesos de *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) por parte de conductores noticiosos/televisivos y dirigentes de movimientos sociales.

- 1.1 Conocer las posiciones y rasgos que en las condiciones actuales mantienen los noticieros televisivos y los movimientos sociales en el campo informativo/noticioso, como referentes para la comprensión de la función de producción simbólico/comunicativa que realizan de los asuntos *públicos/ciudadanos*.
 - 1.2 Reconocer los principales procesos que se desarrollan en el campo informativo/noticioso y en el de los movimientos sociales, que nos permitan entender la función de mediación que cumplen en la construcción de los *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* por parte de conductores y movimientos sociales.
2. Identificar las características particulares que asume el sentido de *lo público/ciudadano* como resultado de los procesos de *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* que se desarrollan desde algunos noticieros televisivos y movimientos sociales locales.
 - 2.1 Identificar los *marcos (frames)* que sobre *lo público, lo privado, lo ciudadano*, y los *medios de comunicación* construyen los conductores noticiosos y dirigentes de movimientos sociales, considerando características, dimensiones, ejes y enfoques.
 - 2.2 Conocer las características explicativas, valorativas y de proyección de los *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* que se construyen sobre los asuntos *públicos/ciudadanos* a partir de identificar problemas, diagnóstico y alternativas que se plantean desde algunos noticieros televisivos y movimientos sociales locales.
 - 2.3 Reconocer a los agentes protagonistas, antagonistas y los elementos simbólicos y contra/simbólicos asociados a cada uno de los *enmarcamientos comunicativos* que se desarrollan desde los noticieros televisivos y dirigentes de movimientos sociales locales

- 2.4 Identificar las estrategias y recursos que se utilizan en los noticieros televisivos locales para crear las condiciones de ausencia/invisibilización de *lo público/ciudadano*, de actores y asuntos *públicos/ciudadanos*.
- 2.5 Delinear presupuestos básicos de una utopía histórica que favorezca en los movimientos sociales la constitución de otro tipo de *encaramientos comunicativos* (*communicative framing*) en vías de reconfigurar su posicionamiento y relación hacia la televisión y sus noticieros.

1.4 Hipótesis de trabajo.

La hipótesis de trabajo que formulamos para esta investigación resultó de procesos combinados de problematización de la realidad de estudio y de aproximación empírica inicial a la misma. De esta manera, esta hipótesis se constituyó con afirmaciones condicionales que vincularon los presupuestos teóricos con los hechos reconocidos. Su construcción asumió la siguiente forma:

Los noticieros televisivos y los movimientos sociales locales operan como fuentes de comunicación, colocadas en situaciones estructurales y de relaciones de fuerza asimétricas, desde donde construyen *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*), los cuales operan como esquemas con significado para la valoración, definición e interpretación de sentido sobre *lo público/ciudadano*, buscando que dichos marcos (*frames*) sean social y legítimamente compartidos, y de esta forma establecer agendas y pautas para la actuación social de los individuos respecto a los asuntos de interés colectivo.

A través de los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) tanto los noticieros televisivos como los movimientos sociales seleccionan y resaltan aspectos de la realidad y excluyen otros, para construir sus propias definiciones sobre lo que consideran problemático, además de atribuir responsabilidades, presentar explicaciones y formular alternativas para solucionarlo. Por medio de estos mecanismos significan, legitiman y des-legitiman acciones, situaciones y a

actores asociados a los asuntos *públicos/ciudadanos*, y tienden a crear identidad mediante el uso de determinados espacios, lenguajes y formatos comunicativos.



1.5 Justificación de la investigación.

Desde esta investigación intentamos construir nuevas explicaciones, otras comprensiones y distintas definiciones acordes a las modificaciones sociales y culturales presentes (Gianni, 2000; Wallerstein: 1996, 2007). En este sentido, esta investigación se justificó desde el campo que representan los estudios científico-sociales en la medida que pretende ser un aporte conceptual, metodológico y empírico al re-pensar y el re-hacer las ciencias sociales desde una problemática particular: las relaciones objetivas de fuerza entre los agentes constructores de los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) y las significaciones de *lo público/ciudadano* que se desarrollan desde noticieros televisivos y movimientos sociales locales.

Desde la tipología establecida por el propio Jensen, este estudio se justifica por su propósito de orientación desde un plano científico³ teniendo como referencia una postura crítica de emancipación⁴. Así, esta investigación se presenta como un esfuerzo de producción de una utopía con justificación histórica y de configuración de nuevas formas de acción simbólica, que buscan aportar elementos a una invención colectiva de las

³ La teoría científica, a decir de Jensen (2002), incluye afirmaciones sobre la naturaleza, la estructura y los efectos de la comunicación de masas, que se basa en metodologías cuantitativa y cualitativa y una observación sistemática y objetiva, que provee de conceptos explicativos y modelos para instancias empíricas.

⁴ Jensen (2002) hace referencia a modelos con los que se puede asociar el trabajo de producción científica desde la comunicación. El modelo libertario se presenta como la personificación de la esfera pública en las estructuras sociales modernas. Los humanos son definidos como fines en sí mismos. Con derechos políticos, económicos y culturales inalienables. Los humanos son concebidos como animales políticos racionales, con habilidad colectiva para definir y administrar sus derechos. Desde la teoría de la democracia participativa se considera que en el mundo occidental, a partir de los años sesenta, se desarrolla una tendencia de movilización y crítica cultural por parte de movimientos anti-autoritarios. Desde esta misma perspectiva las tecnologías de la comunicación y de información aparecen como otra posibilidad de democracia y cultura política. Finalmente, para Jensen, las ciencias sociales cuentan con un potencial de emancipación, en la medida que establecen una crítica a las formas prevalecientes de organización social y promueve la emancipación de los humanos en función de esa misma crítica apoyada por los aspectos referenciales aportados desde las mismas ciencias sociales, asociándolas a sus propias condiciones de vida. Considera que los elementos de crítica del investigador no provienen de la actitud político-ideológica que asuma, sino de las típicas motivaciones personales que asuma, las características de la investigación, la epistemología y las instituciones sociales relevantes.

estructuras colectivas de invención para la visibilización de *lo público/ciudadano* (Bourdieu, 2002: 576, 583).

Particularmente la justificación de este estudio radicó en la necesidad de clarificar el sentido de *lo público* y de *lo ciudadano*, en condiciones contextuales donde su significado clásico se va perdiendo, tanto en sus expresiones de políticas sectoriales (transporte público, espacios públicos, educación pública y los propios medios públicos), como en aquellas manifestaciones de lo público/comunicativo (interacción comunicativa, intereses comunes y espacios comunicativos ciudadanos). Ambas realidades resienten las re-configuraciones que se operan en el tejido social en condiciones de crisis de modernidad y de sus instituciones, de globalizaciones en marcha y de presencia renovada de tecnologías de la información y lógica de mercado. Lo que hace que una multiplicidad de asuntos, espacios, tiempos, prácticas y relaciones públicas se privaticen, y el conjunto de aspectos, antes privados, ahora se publiciten, sobre todo a través de la televisión⁵. Con lo que se destaca que los medios de comunicación, y en particular los noticieros televisivos, cumplen una función fundamental en la re/configuración de sentido de *lo público/ciudadano* (Winocur, 2002: 14).

De la misma manera, se justifica esta investigación como un aporte que coadyuva a volver a pensar *lo ciudadano*, considerando la merma que sufren los derechos, como resultado de la lógica impuesta por los proyectos neoliberales: tendencia a socavar las conquistas ciudadanas, a evitar su consolidación y extensión, y a adoptar esas formas de violencia sin rostro que caracteriza a las fuerzas económicas y los poderes simbólicos (Bourdieu, 2002: 570).

A raíz de estas transformaciones estructurales es que se justificó volver la mirada para reconocer analíticamente los cambios que al nivel de *lo público/ciudadano* se vienen operando. Lo que implicó dar cuenta de sus entrecruzamientos, yendo más allá de las dicotomías fragmentadoras y reduccionistas propias del discurso racionalizador dominante, de las instituciones políticas, académicas y de medios de masas. En estos contextos es que

⁵ A través de diferente tipo de formatos, la televisión contribuye a modificar los límites de *lo público/privado*. El espacio público visita, a través de las cámaras, al espacio privado, y lo va remodelando⁵. Se visibilizan públicamente los secretos, la moral, las costumbres y las creencias, y les convierten en un espectáculo masivo que se puede apreciar y valorar en las pantallas⁵. (Mehl, 1997: 92)

se hizo necesario comprender la dinámica combinada de debilitamiento del tejido social y emergencia de redes de interconexiones, representadas por los movimientos sociales; y el reforzamiento de la función de dominación simbólica de los medios de comunicación con sus *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)*, desde donde los individuos buscan explicarse los problemas y orientar su comportamiento colectivo.

Este trabajo se justificó, además, como un intento de evidenciar, visibilizar y desnaturalizar los procesos de ejercicio de poder y dominación por parte de los agentes hegemónicos. De dichos procesos buscamos traslucir las formas ideológico/simbólicas en las que se basan los *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)*, y a través de los cuales se busca establecer una visión de poder, dominante y legitimada, de *lo público/ciudadano*, y se tiende a marginar, invisibilizar y naturalizar las expresiones disidentes. En este sentido, nuestro trabajo se justificó como esfuerzo investigativo histórico, articulador contextualizador, holístico e interdisciplinar, donde las articulaciones entre *lo público/ciudadano*, *noticieros televisivos locales* y *movimientos sociales tapatíos* se trataron de entender como resultado histórico y de luchas (Bourdieu, 2000: 75), y buscamos que el conocimiento sobre estos aspectos no se limitara al conocimiento aislado de cada uno de dichos aspectos, sino que atendiera las cualidades que resultan de interconexiones e inter/temporalidades.

Bajo estas consideraciones, esta investigación se justificó políticamente en la medida que tuvo como propósito evidenciar las relaciones históricas de poder entre conductores televisivos y dirigentes de movimientos locales, considerados como agentes poseedores de un capital específico y colocados en situación de lucha de campo, desde donde se desarrolla una disputa por el monopolio de la visión legítima de *lo público/ciudadano*. Aunado a esto, otro propósito fue identificar las estrategias, prácticas y recursos que utilizan los actores, grupos sociales e instituciones en su búsqueda por construir como legítima su propia visión sobre los asuntos colectivos. Se consideró, entonces, que es desde la política de poder acumulado como capital material o simbólico, y el poder de la política que se desprende de ese poder, que los agentes dominantes determinan quiénes son los sujetos de *lo público/ciudadano*, y el desde cuándo, cómo,



dónde, para qué y para quiénes son sujetos. También desde la política-poder⁶ es que este estudio se justifica como un intento de codificar el carácter de los agentes y sus accesos, usos, contenidos, forma de permanencia, administración respecto a las cuestiones *públicas* y *lo ciudadanas*. Adicionalmente, esta misma investigación buscó cumplir una función política, de saber comprometido, en la medida que sus resultados implican visibilizar formas de dominio, procurando anticipar sus resultados e incidiendo para cambiar su curso, pero sin comportarnos ni como maestros ni como profetas⁷, dando armas, más que lecciones (Bourdieu, 2000a: 95; 2002: 573).

En lo comunicativo este estudio se justificó desde diferentes aristas. En esta investigación la comunicación se trabaja como problema, pero también como alternativa. Se partió de reconocer que se viven contextos donde predominan tecnologías de la información y de comunicación, que favorecen inmensos y veloces flujos de información; contextos donde la comunicación se ha convertido en un eje estructurador de la vida social; contextos donde particularmente los medios de comunicación de masas, y en especial la televisión, inciden de manera significativa en la configuración, dinámica y comprensión de *lo público/ciudadano*, donde este sentido generado no se reduce a una simple imposición de *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)*, sino que resulta de una negociación de significados, y de complicidades y mutuas credibilidades entre medios y audiencias (Bourdieu, 2000a: 103); y contextos donde los mismos movimientos sociales se ven inmersos en entornos informativos/comunicativos, desde los cuales realizan sus propios *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)*, para construir sentidos sobre sí, mediar sus prácticas, y crear significaciones sobre *lo público/ciudadano* y sobre los propios medios (Castells, 2009). Por eso se considera que esta investigación se justifica comunicativamente como un esfuerzo analítico para favorecer el esclarecimiento del

⁶ La política de poder está constituida por el conjunto de medidas que buscan como finalidad constituirse como dominantes respecto a otras políticas. El poder de la política es la relevancia que adquiere la acción política misma destinada a producir, mantener o reproducir las condiciones de dominación. En tanto que la política-poder se entiende como el tipo de relación donde el propósito de dominación y el ejercicio de la dominación misma se concentran en un mismo agente individual, grupal o institucional, potenciando su capacidad de acción.

⁷ Se trata de comportarse como utopista reflexivo que actúa bajo criterios de utopismo racional, que implica el reconocimiento de las condiciones y tendencias objetivas de la época; que anticipa sociológicamente un posible real; que se aleja del automatismo objetivista y el activismo voluntarista (Bourdieu, 2002: 438-439)

conjunto de estos procesos de configuración, circulación e intercambio de mensajes comunicativos desde los diversos agentes.

De la misma forma, este estudio es un esfuerzo por sumar reflexiones críticas, sistemáticas y fundamentadas, al campo académico de la comunicación, y favorecer una postura investigativo/analítica que supere el pensamiento doxístico, acrítico, funcional, ideologizado, mercantil e instrumental que caracterizan a muchos estudios de comunicación, y al mismo tiempo ponga en claro la necesidad de articular en el análisis la dimensión social/estructural y la subjetiva/cultural de la comunicación, bajo un eje de lucha entre agentes. En este sentido, esta investigación se justificó como un esfuerzo por superar la visión y práctica reduccionista de posicionarse desde un escenario bien sea empirista-estructural o construccionista-subjetivo (Bourdieu, 2000a: 86), y de atender elementos particulares o cierta fase del proceso comunicativo. Esto explica el que se haya colocado en el centro del estudio a los agentes en sus posiciones y relaciones de fuerza, buscando reconocer los procesos combinados de configuración y diferenciación de sentido a través de los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*).

Institucionalmente este trabajo se justificó como un aporte al espacio que representa el programa de Doctorado en Estudios Científico-Sociales (DECS). Esta investigación la consideramos una forma de objetivación del proceso de formación académico-investigativa desde las que se pueden reconocer competencias epistemológicas, teóricas, metodológicas y prácticas, a partir de sesiones presenciales, trabajo personal de construcción conceptual/empírica en la realidad de estudio, y diálogo con un asesor y un Comité Tutorial. De esta manera este proyecto encuentra su razón de ser como un esfuerzo individual invertido, aunado a un acompañamiento y orientación proveniente de un equipo académico, que como instancia del DECS también probó su funcionalidad y eficacia. En correspondencia con lo señalado por Jensen (2002), podemos decir que este marco institucional, junto con las características de la investigación y las motivaciones e intereses personales, formaron parte de ese entramado de elementos desde donde se desarrolló un tipo de crítica que no se redujo a una simple toma de postura político/ideológica, sino que aspira a constituirse como contribución modesta, referente y puente de conexión entre el

trabajo académico de reflexión investigativa y los procesos socioculturales representados por los noticieros televisivos y movimientos.



Este estudio también se justificó desde la trayectoria personal de quien esto escribe. En este nivel, partimos de reconocer, como lo plantea Bourdieu (2000a: 24), que es necesario, como autores de un trabajo, superar el error de ignorar lo que el objeto de estudio tiene de nuestro punto de vista, que a su vez procede de la posición ocupada tanto en el campo social como en el campo científico. De esta manera, es que en el campo social, en esta investigación, me reconocí como un agente con un capital económico limitado y un capital cultural amplio en experiencias y significaciones compartidas -sobre todo con aquellos grupos e instituciones de pensar y actuar críticos; y con un capital político relacionado con posturas de resistencia y búsqueda de construcción de alternativas diferentes al modelo dominante en la sociedad. En el campo científico me reconocí como un agente con aspiraciones a ingresar al campo académico de la comunicación, que identifico como un escenario de lucha donde ya existen agentes legitimados y posturas dominantes, y en el que existen múltiples barreras para acceder. De esta manera identifico en esta investigación el entrecruce de estas trayectorias por el campo social y el campo científico que dan por resultado este trabajo. Así, personalmente, este estudio se justificó como un esfuerzo de aprendizaje epistemológico, teórico, conceptual, metodológico y práctico en el campo de la investigación interdisciplinar. Mencionar estos antecedentes forma parte de un esfuerzo de historización como sujeto historiador, y objetivación como sujeto de objetivación. Donde no se trata de una objetivación de la especificidad vivida, sino de las condiciones de posibilidad de objetivación que resultan de esas experiencias (Bourdieu, 2003: 150, 162).

1.6 Los aportes desde esta investigación.

Pero ¿qué contribuciones se buscan hacer al campo de los estudios científico-sociales con esta investigación? Orientados por un pensamiento fronterizo, de *limes*⁸, y una

⁸ La noción de *limes* concentra una propuesta epistemológica alternativa a la occidentalista dominante. La esboza Trías (2006), y podríamos denominar a su boceto: *epistemología del límite*. Esta epistemología posibilita el colocarnos

ecología de saberes, de temporalidades, de reconocimientos, de trans escalas y de productividades⁹, este estudio aporta una comprensión crítica y reflexiva de la realidad de estudio, que nos lleva a reconocer que la realidad no se reduce a lo que presentan los medios como existente; que lo real incluye una variedad de expresiones que han sido activamente producidas como no existentes. En este sentido, se aporta una propuesta para reconocer la forma en que aquellos agentes que socialmente están colocados en una situación privilegiada de poder, a partir de su capital económico, social, político, cultural y simbólico acumulado, construyen como ausentes, silenciadas, suprimidas y marginadas a aquellas expresiones consideradas como subordinadas, provenientes de los agentes con menor capital acumulado, situadas en desventaja en la relación de fuerzas como grupo, clase o fracciones de clase.

En el terreno de la perspectiva teórica, se buscó abonar a la idea de que lo peculiar de la comunicación no son sus objetos de estudio sino la mirada que hacia ellos se dirige. Por lo que se partió de reconocer que ni el enfoque sociológico empirista-funcional ni el cultural-subjetivista son suficientes para lograr ese propósito. De ahí que uno de los aportes de este estudio sea el intentar superar los enfoques técnicos de la comunicación activando esa mirada que busca el sentido presente como creación social y cultural; que visibiliza la función de los medios y sus intereses económicos, políticos e ideológicos, al mismo tiempo que intenta superar las inercias ideológicas del análisis académico y su desvinculación con la realidad social.

Asimismo, esta investigación aporta un esfuerzo por poner a dialogar a diferentes disciplinas (Jensen, 2002), desde las que se interroga a la realidad de estudio: la comunicación (producción, circulación y re/significación de sentido a través de los *enmarcamientos comunicativos/communicative framing*), la política (producción y reproducción de relaciones de poder a través de los *enmarcamientos*

investigativamente en una postura política de poder en varios sentidos: poder de movimiento para transitar por los límites interiores y exteriores de la realidad de estudio; posibilidad de construir y reconocer los propios límites construidos; poder comprensivo de los límites como procesos con espesor/densidad y con posibilidad de apertura; poder de entendimiento de que los límites en sí no existen, sino que son construidos, y que, por tanto, pueden ser de-construidos y vueltos a construir; y el no pensar el límite como restricción, sino como horizonte de oportunidades.

⁹ El sentido de estos conceptos se clarifica en el apartado referido a los referentes epistemológicos, en este mismo capítulo.

comunicativos/communicative framing), la antropología (configuración y acumulación de capital simbólico a través de los *enmarcamientos comunicativos/communicative framing*), y la sociología (estructuración social en campos de disputa de los agentes, desde donde se producen los *enmarcamientos comunicativos/communicative framing*).

En relación al abordaje metodológico el aporte consistió en ir más allá de la visión subjetiva/interaccionista y del simple estudio objetivo/estructural. Acorde con lo que plantea Bourdieu (2000: 80) buscamos que en la misma investigación quedara integrado dialécticamente el análisis de la experiencia y subjetividad (momento subjetivista) de los agentes sociales y el análisis de las estructuras sociales (momento objetivista) que hacen posible esa experiencia. Asimismo, procuramos trascender la visión común de considerar de manera fragmentada al medio (televisión), el mensaje (noticias), las audiencias (movimientos sociales), el sentido (*lo público/ciudadano*) y la estrategia (*communicative framing*)¹⁰. Lo que hicimos fue fusionar estos elementos en un rejuego analítico que rebasara su manejo lineal. En este sentido, respecto a las televisoras comerciales y gubernamentales se hizo énfasis en la producción y proyección de noticias llevando la inquietud más allá de la definición jurídica, como medio concesionado o per misionado, aunque considerando ese carácter. También se intentó alterar la inercia dominante en este tipo de estudios que tiende a colocar a los medios de comunicación, y particularmente a la televisión y sus noticieros, como los aspectos primigenios de referencia y de explicación única en los procesos de configuración de sentido, entendidos éstos como dotación de significación, interpretación y de pautas comportamiento sobre la realidad. De la misma manera, a los movimientos sociales se les abordó como realidades empíricas y subjetivamente existentes en relación con los medios, pero también fuera de este vínculo, buscando complejizar su relación con las televisoras y los noticieros televisivos. Bajo esta misma lógica, otro aporte de este estudio fue el de reconstruir las relaciones entre noticieros televisivos, movimientos sociales y *lo público/ciudadano* como procesos particulares

¹⁰ En su estudio acerca de la investigación empírica que se ha realizado sobre el trabajo de los periodistas latinoamericanos en el lapso de 1960 a 2005, Mellado (2010) encontró que el punto más alto de publicaciones en esta temática se ubica entre 2002 y 2006; que son Brasil y México los países que más investigaciones realizan en este campo; que la mayoría de las investigaciones (60%) tienen un alcance local y/o nacional; que es el artículo la forma de difusión que se privilegia; que los estudios (60%) privilegian la investigación sobre los factores internos que delimitan y condicionan al sujeto más que en los agentes intermedios o en los factores externos que contextualizan su ejercicio profesional. Los estudios privilegian una metodología cuantitativa (42.3%). En este trabajo pretendimos construir una mirada más abarcadora.

insertos en una dinámica comunicativa/social/cultural más amplia. Además se logró colocar la información sobre *lo público/ciudadano* en dos frentes, los noticieros/conductores y los movimientos, y no sólo en uno de ellos. Con esto se evitó adjudicar la potestad de ésta a uno o a otro de los agentes sociales.

A partir de esta lógica, este estudio aporta un esfuerzo investigativo por reconocer la centralidad histórica de los sujetos investigados, al considerarlos como agentes socio/estructural/comunicativa y culturalmente situados; y al colocarlos en una red de relaciones de fuerza objetivas respecto a otros agentes, en escenarios de campo específicos. Con este tipo de pensamiento se buscó ir más allá de apriorismos, dicotomías, fragmentaciones, universalizaciones y especializaciones, que tienden a adjudicar de antemano posiciones y roles a los actores sociales investigados; además de que se buscó superar la tendencia a la fascinación por la apariencia material/tecnológica de los fenómenos, lo que hizo necesario activar procesos de visibilización que transparentaran analíticamente las relaciones sociales que les subyacen (Williams, 1989).

Aportes adicionales son la recuperación en el estudio de *lo público* trabajado como articulación reticular a *lo ciudadano*, de donde resultó la categoría de *lo público/ciudadano*, la cual fue útil como eje estructurador del conjunto del trabajo. Además de que se incorporaron elementos para entender la relación de fuerzas que se desarrolla entre los agentes, desde criterios de diferencia de capital acumulado, y el conjunto de poder material y simbólico que les permite disputar y establecer el monopolio del *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* sobre lo público/ciudadano como perspectiva dominante y legítima.

Adicionalmente, como aporte de este trabajo sugerimos elementos de reflexión y acción, en vías de proporcionar herramientas para la construcción de estrategias comunicativas que respalden las inquietudes de sectores de la sociedad tapatía que buscan vías para la construcción de una sociedad más justa, equitativa, solidaria y democrática¹¹.

¹¹ En palabras de Bourdieu (2002: 573-574): “los investigadores pueden hacer una cosa más novedosa, más difícil: favorecer la aparición de las condiciones organizativas de la producción colectiva de la intención de inventar un proyecto político y, en segundo lugar, las condiciones organizativas del éxito de invención de semejante proyecto político –que, evidentemente será un proyecto colectivo”. Se trata de crear las condiciones de “trabajar en una *invención colectiva de las estructuras colectivas de invención*” (Bourdieu, 2002: 576).



1.7 Referentes epistemológicos.

En este apartado epistemológico se ha buscado presentar las posturas y las argumentaciones que permiten clarificar el sentido y la forma de relación entre sujeto investigador y realidad investigada. Es así que cuando hablamos de referentes epistemológicos hacemos mención al conjunto de presupuestos desde los cuales se construyó la relación entre investigador-realidad investigada-conocimiento producido. Estos referentes permitieron orientar y vigilar crítica y reflexivamente el conjunto del proceso investigativo, y posibilitaron el dar cuenta de los procesos constructivos de los conocimientos que resultaron de esta tarea de indagación¹². Así, se consideró que el tomar una postura epistemológica era imprescindible por las exigencias de clarificar la visión que teníamos sobre la realidad a investigar y sobre el tipo de relación que resulta del vínculo que manteníamos respecto a ella; además, de mostrar la consistencia y la funcionalidad del conocimiento, esclareciendo y confrontando los diversos niveles, fases y recursos utilizados en su construcción, transitando por una ruta propia de una sociología del conocimiento.

Conceptos con sentido epistemológico, que buscamos que quedaran claros fueron los que a continuación se mencionan.

1.7.1 Hecho científico.

¹² Buscando dar cuenta de la manera en que la epistemología se ha conceptualizado desde diferentes autores, mencionaremos tres casos. 1) Para Bunge (1981: 13), en un sentido general, la epistemología es una rama de la filosofía que estudia la investigación científica y el conocimiento científico como su producto. Bunge (1981: 22-23) también reconoce que los problemas epistemológicos pueden ser lógicos (relaciones entre teorías, lógica y experiencias); semánticos (contenido fáctico de una teoría); gnoseológicos (relación entre la observación de un hecho y las proposiciones que lo representan); metodológicos (definición de indicadores y grados de confirmación); axiológicos (papel de la valuación y de la preferencia); éticos (valores cognoscitivos y morales); y estéticos (valores estéticos dentro de la investigación). 2) Desde el ámbito de la investigación comunicativa, Lopes (http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/56-02MariaVassallo.pdf recuperado el 28 de junio del 2010) señala que la epistemología de la investigación es un espacio desde donde se decide el ajuste entre el sujeto que investiga y el objeto investigado, que se acompaña de prácticas de vigilancia, crítica y reflexión sobre los actos que implica la investigación. 3) En el caso de Duarte (2003: 42), éste entiende la epistemología como conjunto de conocimientos teórico-metodológicos ligados simbióticamente, que operan como principios direccionadores en la investigación. En tanto Fuentes (2003) considera a la epistemología como disciplina filosófica, teoría del conocimiento y una dimensión constitutiva interna del campo de comunicación que permite demostrar la consistencia y utilidad del conocimiento generado, siendo capaz de referirlo a las propias condiciones y procedimientos con los que se produjo.

Epistemológicamente en este trabajo partimos de contemplar la producción de conocimiento, en términos de Morín (2004), como una aventura en forma de espiral, que cuenta con punto de partida histórico, pero no tiene término de llegada analítico, porque sus rutas son concéntricas/continuas. En este sentido, el conocimiento científico-social que buscamos generar a través de este estudio se consideró en su carácter de construcción social a partir de una producción social realizada ya desde un campo social. Contemplamos al hecho científico como construido, considerando que la verdad de un fenómeno cultural no se puede alcanzar independientemente del sistema de relaciones históricas y sociales del que forma parte (Bourdieu, 1995). De la misma manera concluimos que los resultados de esta investigación sólo podrían pensarse como verdades parciales, relativas y reflexivas, como parte de una lucha interminable, no como verosimilitudes/ideológicas/absolutas (Ibáñez, 1991: 95, 86; Bourdieu, 2003: 197).

1.7.2 Investigador.

Consideramos que como investigadores estamos inmersos en la realidad de estudio, la cual no es algo externo a nosotros. Y estamos en ella a través de nuestros puntos de vista, y a ella trasladamos nuestra posición social y científica (Bourdieu, 2000a: 24, 70; 2008: 17). Partimos de reconocer que tanto la proximidad como la excesiva distancia respecto a la realidad de estudio se constituye en un obstáculo para la construcción del conocimiento científico; y que esto plantea la necesidad de romper las doxas propias y las prevalecientes en la sociedad respecto a esta misma realidad. En este sentido tuvimos que reconocer que en la misma realidad de estudio que se construye se encuentran plasmados los poderes sociales y sus principios de legitimación y jerarquización (Bourdieu, 2008: 11, 21). Como investigador, epistemológicamente me consideré como sujeto interior, implicado en la realidad que se construyó, investigó y a la que se pretendió objetivar, y con la cual se mantuvo una relación recursiva, de ser constructor y construido.

1.7.3 La realidad de investigación.

Por otro lado, siguiendo el planteamiento de Maturana (1997: 8-15), a la realidad social la consideramos como un sistema particular, en que se desarrollan individuos con propiedades singulares, que configuran redes de interacción recurrentes/cooperativas y mecanismos de interacción a partir del lenguaje. Se contempló, que es en estas redes donde los individuos realizan y desarrollan sus procesos de autoconciencia y construcción de identidad, con base en su organización y adaptación; y que es desde el sistema social que se mantienen procesos continuos de conservación y variación definidos por el propio comportamiento de sus miembros. Es un sistema social estructurado y estructurado de relaciones de dominación y de resistencia. Particularmente, y apoyándonos en la perspectiva de Bourdieu (2000: 106), epistemológicamente, como realidad de investigación entendimos el conjunto procesos vinculados a dos niveles. Por un lado, el nivel estructural, que considera la distribución de las diferentes formas de capital, las cuales otorgan fuerza, provecho y poder a quien las detenta; además de las relaciones objetivas que existen independientemente de la voluntad de los individuos. Por otro lado, el nivel de las interacciones o vínculos subjetivos entre los individuos, las cuales sólo pueden entenderse como procesos donde se hacen presentes de manera interiorizada las estructuras sociales donde estos mismos se desenvuelven. Así, la realidad de investigación la concebimos como una construcción empírica desde donde además de poderes (formas de capital) y luchas por esos bienes en un campo particular es posible descubrir factores materiales y simbólicos de diferenciación social.

1.7.4 Sujetos de investigación.

A los sujetos investigados (conductores noticioso-televisivos y dirigentes de movimientos sociales) epistemológicamente, los pensamos como agentes encarnados en un orden estructural y simbólico, que preexiste a ellos. En este sentido consideramos la relación entre objeto y sujeto de investigación como el elemento que definía la relación entre ambos. Así, contemplamos que la realidad objetiva del objeto/sujeto/investigado se encuentra en función de la actividad objetivadora del sujeto/investigador, y a la inversa. A partir de ahí se trazó la ruta de posibilidad de recuperar lo que hay de subjetivo en el objeto

y de objetivo en el sujeto (Ibáñez, 1991: 30, 68-69, 93). Además, consideramos, en términos de Bourdieu (1995), que las relaciones sociales -entre conductores y dirigentes de movimientos sociales, por ejemplo- no pueden reducirse a las relaciones entre subjetividades/interacciones, sino que hay que considerar sus condiciones y posiciones sociales (principio de la no-conciencia). Es en este sentido que las personas (conductores y dirigentes) nos interesaron como objeto de investigación en tanto personificación de agentes con posiciones dadas desde un campo social, de acuerdo a su capital acumulado.

1.7.5 Espacio social.

Al espacio social, en su sentido epistemológico, lo pensamos como red compuesta por una cadena vertical/estructural, desde donde se trezan las filigranas de una trama horizontal variable, a partir de las cuales se desarrollan las conversaciones verticales y transversales y las disputas sociales de los actores (Ibáñez, 1991: 76, 84). Bajo, esta lógica, al espacio social se le concibió como una realidad incoherente, lo que hizo necesario reconstruirlo como sistema. Se le contempló como una realidad que aunque se presentaba como clara y natural, ciertamente exigió una labor de desentrañamiento de significados y sentido; como una realidad contradictoria y sujeta a una lógica de operación cotidiana (Reguillo, 2003: 23); y como un referente capaz de producir como observadores a quien la produce, a partir de relacionarse con ella inicialmente como objeto social desde la investigación, hasta construirla como objeto de conocimiento (Ibáñez, 1991: 11-12, Reguillo, 2003: 20).

1.8 Presupuestos y propósitos epistemológicos.

Los presupuestos epistemológicos que sirvieron de base para este trabajo, se alimentaron de la propuesta de Boaventura de Souza Santos (2009) que se sustenta en las

siguientes nociones: razón dominante¹³, razón cosmopolita¹⁴, sociología de las ausencias¹⁵, sociología de las emergencias¹⁶, ecologías de los saberes¹⁷ y trabajo de traducción¹⁸. Estamos claros que la asunción de estos presupuestos epistemológicos involucra una toma de postura política. No es una simple lectura de adaptación fuera del lugar.

Los propósitos epistemológicos de esta investigación fueron diversos: evidenciar los límites del conocimiento de sentido común sobre el mundo social; descubrir a través de la investigación, algo que no sabíamos sobre aquello que nos propusimos investigar; mostrar eso que se ha ocultado, reprimido y naturalizado y que no se quiere o no se puede saber, dada la lógica de funcionamiento del campo donde se desenvuelve dicha realidad; indagar las relaciones objetivas que como posiciones guardan los agentes en el campo, y su punto de vista en tanto disposiciones estructuradas que ellos han construido sobre esa misma posición, sus prácticas, su espacio y sus vínculos; y evidenciar la división de clases que existe como resultado de la asimetría en la acumulación de capital material y simbólico de por los diferentes agentes (Bourdieu, 2000a: 21, 35, 197; 2008: 18, 31).

¹³ Es un tipo de razón que se afirma como razón única, exhaustiva, completa y exclusiva. Piensa la realidad como orden, dicotomía, en evolución lineal, resultado de una sola lógica homogénea y homogeneizante. Formas sociales de no existencia son: lo ignorante, lo residual, lo inferior, lo local y lo inproductivo.

¹⁴ Es un modelo de razón opuesta a la razón dominante, que piensa el mundo como una totalidad inagotable formada por muchas totalidades necesariamente parciales.

¹⁵ Tipo de perspectiva que se mueve en el terreno de las experiencias sociales. Trata de demostrar que lo que no existe es activamente producido como ausente, como entidad descalificada, descartada e invisibilizada irreversiblemente como alternativa no creíble a lo que existe como totalidad, por las clases y grupos dominantes. La sociología de las ausencias intenta identificar el ámbito de sustracción y contracción del mundo, para que las experiencias sociales producidas como no existentes se hagan presentes; para ampliar el campo de las experiencias creíbles, y así ampliar el mundo y dilatar el presente, aumentando el campo de las experiencias creíbles y las posibilidades de experimentación social futura.

¹⁶ Es la investigación de las alternativas que caben en el horizonte de las posibilidades concretas. Trata de radicalizar las expectativas que se basen en posibilidades –vigiladas éticamente– y capacidades reales, concretas y contextualizadas en el aquí y ahora. Tiende a analizar en una práctica dada, experiencia o forma de saber señales de tendencias o posibilidades futuras que existen en ellas, o las ausencias o capacidades que aún no se han formado plenamente.

¹⁷ Son aquellas que permiten identificar otros saberes (y otras ignorancias) y otros criterios de rigor, que no implica necesariamente el abandono de los anteriores y diferentes, sino en colocarlos en su interdependencia y en posibilidades de debate y confrontación epistemológica en igualdad de oportunidades, donde se pongan en juego diferentes criterios de validez, sin que prevalezcan los criterios de generalidad y universalización históricamente naturalizados.

¹⁸ La traducción es un trabajo político, intelectual y emocional, desarrollado por los representantes de los grupos sociales. Mediante el trabajo de traducción se trata de proponer nuevas formas de pensar las totalidades y sentidos, y nuevos procesos de realizar convergencias éticas y políticas. Se busca captar la relación de disputa entre las fuerzas hegemónicas y no hegemónicas, y lo que hay más allá de esta relación.

1.9 La auto/vigilancia epistemológica.

Investigar la comunicación exige una permanente labor de vigilancia, que posibilite des-localizar los modelos, los métodos, y la manera en que se ha venido pensando la comunicación. Esta no es una tarea sencilla. Particularmente es necesario reconocer la tensión óptica de la comunicación, la cual consiste en que al mismo tiempo que su objeto de estudio proviene de lo humano, la propia comunicación sirve para la obtención de fines históricos sociales determinados (Fuentes, 2007: 65). Esto hace necesaria la auto/vigilancia epistemológica, la cual puede entenderse como el conjunto de procesos mediante los cuales quien investiga ejercita un proceso continuo de práctica reflexiva, de control crítico, sobre el trabajo que está realizando tanto a nivel cognitivo, como metodológico y práctico. Lo que se traduce en una vigilancia respecto a los sesgos fundamentales que tendemos imprimir a la investigación por nuestro origen social, nuestra posición en el campo de estudio y nuestras adherencias intelectuales. Señala Bourdieu (1995, 2003) que esta vigilancia se hace más necesaria en las ciencias humanas en la medida que el investigador forma parte del mismo universo social de estudio, donde parecen más imprecisas las fronteras entre opinión común, percepción y discurso científico¹⁹. En este sentido, la labor de vigilancia implicó entre otras cosas: ubicar las posiciones propias en el campo científico; identificar el capital científico que se disputa; operar una ruptura con las prenociones y desmontar las totalidades concretas/evidentes; y hacer de la reflexividad una disposición constitutiva de nuestro *habitus* científico. Así, en esta investigación, la auto/vigilancia epistemológica tomó cuerpo en una práctica de reflexividad. Esto se tradujo en que pensáramos como necesario el pensar aquello con lo que pensamos la realidad de investigación; procurando convertir los procesos de análisis en objetos de análisis; buscando procedimientos de explicitación, formalización y control lógico de nuestras experiencias cotidianas y pre-construcciones sociales de sentido común; y reconociendo la manera en que éstas se hacen presentes con sus huellas legibles en la construcción de la investigación a nivel de opciones metodológicas asumidas y tensiones ideológicas

¹⁹ Es el que observa quien da sentido al acontecimiento. Éste está formado por exterioridades al sujeto, a partir de las cuales éste va a reconocer y reconstruir el acontecimiento (Said, 2003: 9)

(Bourdieu, 2000: 70; 2000a: 88; 2008: 17, 47-48, 19;). En definitiva, buscamos configurarnos como aquel sujeto reflexivo que intentó medir la medida con la que procuramos medir la realidad; pensando nuestros pensamientos, y observando nuestras observaciones (Ibáñez, 1991: 6, 14, 91, 92; Bourdieu, 2003; Fuentes Navarro, 2003). Concretamente, una de las medidas de auto/vigilancia fue reconocerse en todo momento como sujeto producto de una cultura particular, con un *ethos* de clase y con una ubicación en el campo de producción de conocimiento científico (docente, investigador, trabajador de medios, experiencia de participación social y política). Lo que hizo necesario en todo momento el que pensáramos en esa condición, para evitar la vulnerabilidad ante la ilusión inmediata y a la tentación de universalizar las experiencias singulares (Bourdieu, 1995: 104; 2003: 163). Otra de las medidas fue preguntar a las preguntas de investigación sobre el por qué de su sentido, y el utilizar criterios abstractos, también criticados, buscando definir los aspectos empíricos concretos que aparecieron como obvios y ya dados. Además procuramos evitar la tendencia a imponer el punto de vista personal a la realidad investigada (Bourdieu, 2003: 153), lo que no implicó renunciar a emitir los puntos de vista propios respecto a la realidad de estudio y los autores con los que se estableció diálogo, pero siempre haciendo explícito el momento en que lo dicho correspondía a una opinión propia. La auto/vigilancia también implicó que reconociéramos que los hallazgos que se operaron mediante el trabajo investigativo no se reducían al descubrimiento de lo real, sino que se traducían en ruptura con esto real y las configuraciones que éste propone a la percepción, para hacer surgir un nuevo sistema de relaciones entre los elementos. Lo que, creemos, ocurrió mediante procesos analíticos de abstracción que resultaron de síntesis de las diversidades emanadas de la investigación.

1.10 Perspectiva teórica del estudio.

Parafraseando a Kant, Bourdieu (2000: 66, 69) señala que de la misma manera que la teoría está vacía sin investigación empírica, la investigación empírica, sin teoría, está ciega. De ahí que para este mismo autor, en la labor investigativa es indispensable plantear explícitamente la cuestión de la construcción del objeto teórico, que sirva como referente en

la construcción del enfoque empírico. Bajo esta premisa, nos dimos a la tarea de construir un enfoque teórico para esta investigación que correspondiera a la postura epistemológica asumida. En esta tarea consideramos dos niveles: el de la definición de la perspectiva; y el de la definición de los conceptos asociados a la problemática de estudio. La alternativa a la que buscamos dar cuerpo fue la de aquellos presupuestos teóricos y conceptuales que posibilitaran la visibilización histórica y multidimensional de la realidad social de estudio, en su complejidad de relaciones objetivas de lucha entre clases, grupos e instituciones y de construcción conflictiva de *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) por parte de noticieros y movimientos sociales. Sin tener una respuesta acabada, sin embargo dos cosas cada vez fueron quedando más claras para nosotros: la primera, que no nos era útil una perspectiva exclusivamente determinista-estructural/objetivista/, dado que no se trataba de intervenir en la realidad investigada con criterios basados exclusivamente en el realismo analítico de las estructuras sociales, preocupándonos sólo por las disposiciones objetivas de campos de lucha donde se ubican los noticieros televisivos/conductores, y los movimientos sociales/dirigentes; la segunda cuestión, fue que tampoco se trataba de comprometernos teóricamente con una perspectiva exclusivamente interaccionista/intersubjetiva/construccionista, que se centrará en los sujetos, sus intenciones, producciones e intercambios simbólicos, dejando fuera las condiciones sociales objetivas de ubicación, prácticas, luchas de fuerza y construcción de disposiciones entre conductores/noticieros televisivos, y dirigentes/movimientos sociales. Desde estas preocupaciones, decidimos asumir, en primera instancia, como central, la perspectiva teórica contenida en las propuestas de los *estudios socio/culturales*, la *sociología reflexiva*, la *sociología interpretativa*.

Los estudios socioculturales (Valenzuela Arce, 2003; Reguillo, 2004; Giménez, 1999), la concebimos como una perspectiva, una forma de mirar, como un punto de vista desde dónde desarrollar el análisis de la realidad. Esta perspectiva la consideramos útil por la importancia que le otorga a la centralidad del sujeto; por identificar la singularidad de los procesos en su historicidad y contextualidad²⁰; por desarrollar un modo particular de

²⁰ Dice Certeau (1995) que cuando la inercia de un sistema sociocultural parece predominar, se hace necesario privilegiar la historicidad.

observar la realidad, vinculándose directamente con los sujetos; por abordar las problemáticas de la realidad estableciendo un análisis fundamentado en las intersecciones disciplinares y en las diferentes escalas, dimensiones, fases y niveles de articulación entre lo estructural, lo subjetivo/intersubjetivo y sus formas de objetivación/subjetivación, desde donde se destaca la subjetividad (relacionada con el sujeto), el poder (relacionada con la política) y la cultura (relacionada con lo simbólico); por desentrañar las formas y el origen de las tensiones y articulaciones entre estructuras, instituciones y subjetividad de los actores sociales; por reconocer los procesos de reconstrucción de los mecanismos de conformación y reproducción de las diferencias y desigualdades sociales y de los usos del poder como su elemento estructurado y estructurador (Valenzuela Arce, 1999: 127); por identificar la función de mediación y dominación que cumple el poder en las prácticas de los sujetos; por reconocer la dinámica de las diferencias en tanto mediación de la acción de los actores y los grupos sociales; por desarrollar procesos analítico-deconstructivos para la desnaturalización y visibilización de fenómenos; por intencionar el estudio como multidimensional y situado, con articulación entre lo cuantitativo-cualitativo y lo micro-macro, y que posibilita comprender lo local y lo global, en sus dinámicas de contradicción y complementariedad, de recursividad²¹; y por intentar favorecer movimientos interdisciplinarios, búsquedas trans/disciplinarias y organizaciones post/disciplinarias. Algunos conceptos fundamentales asociados a esta veta de estudios y considerado en nuestra investigación, fueron: *sentido, significación, interacciones, poder*.

La sociología reflexiva nos permitió integrar dialécticamente en un solo modelo el momento objetivista y el construccionista, a través del cual se pudiera epistemológicamente objetivar la objetivación; metodológicamente articular la constatación y la construcción; y políticamente evidenciar la lucha de fuerzas, sus estrategias, mecanismos y soportes. Desde este horizonte analítico establecimos como referente general que nuestra tarea implicaba

²¹ Para Reguillo (2003: 22), el análisis sociocultural implica la presencia y desarrollo de tres momentos: el análisis social, el análisis simbólico y la interpretación. Desde el análisis social se busca entender y reconocer la gestación de los procesos de significación y acción de los actores sociales. Desde el análisis simbólico se busca entender las prácticas culturales como prácticas simbólicas específicas de los actores, en contextos también históricamente determinados. A ambos momentos también corresponde un nivel interpretativo particular. Y con la interpretación se busca construir la franja simbólica global analizada, a partir de los dos análisis previos.

desarrollar el análisis a dos niveles: a) el análisis de las estructuras objetivas, consideradas como campos de experiencia, acción y lucha social, que sustentan, posicionan, orientan y coaccionan las prácticas de los conductores de noticieros televisivos locales y de los dirigentes de los movimientos sociales, en su papel de agentes situados (Bourdieu, 1988); y b) el análisis de las estructuras socio mentales (*enmarcamientos comunicativos/communicative framing*) que resultan de la aprehensión e incorporación, que estos mismos agentes hacen de la condiciones estructurales donde se desenvuelven, y a partir de las cuales construyen el mundo social, y condicionan y generan sus prácticas, tendientes a construir, reforzar y reproducir el monopolio de la visión legítima por parte de los agentes dominantes (Bourdieu, 2000: 80, 118; 2000a: 86, 87; 2008: 32). Con la perspectiva teórica que construimos buscamos no reducir las relaciones de fuerza a relaciones de comunicación, sino más bien entender éstas como relaciones de poder material o simbólico acumulado por agentes o instituciones (Bourdieu, 2000: 93). Así, desde esta investigación se buscó dar un peso articulado a los individuos (conductores noticioso televisivos y dirigentes/movimientos sociales) en tanto sujetos, productores de procesos subjetivos de sentido, pero también como agentes que se desenvuelven en una estructura objetiva de relaciones y reglas sociales, desde donde desarrollan sus luchas por el monopolio de la violencia simbólica (Bourdieu, 1995). Conceptos esenciales de la sociología reflexiva de Pierre Bourdieu, útiles para pensar la investigación, fueron: *campo*, *capital*, *sistema simbólico* y *habitus*.

Con base en estos antecedentes podemos decir que la sociología interpretativa nos fue útil para apropiarnos y desarrollar el concepto de *marco* y la perspectiva analítica del *procesos de enmarcamiento (framing)*, en tanto construcción intersubjetiva donde intervienen las aportaciones sociales de los otros para la definición de una situación, que hace que la realidad que se interpreta no sólo sea eso, sino que pase a configurar la realidad social como tal. Al retomar esta corriente sociológica implícitamente recuperamos la dimensión interaccionista simbólica representada por la Escuela de Chicago, la fenomenología y la etnometodología. La propuesta de sociología reflexiva de Bourdieu nos fue útil para resguardarnos teórica y metodológicamente de la tendencia subjetivista/interaccionista en la que comúnmente incurren los estudios del *enmarcamiento*

(*framing*), que desatienden los aspectos estructurales y de poder desde donde se construyen los enmarcamientos (*framing*) sobre la realidad. De la misma manera, el *enmarcamiento* (*framing*), desde la sociología interpretativa, nos permitió encontrar una modalidad de operacionalización del concepto de *habitus*. ¿Pero de qué manera concebimos en este estudio el enmarcamiento comunicativo?

1.11 Perspectiva del *communicative framing*.

1.11.1 Perspectiva *framing*: antecedentes.

Los antecedentes disciplinares de la perspectiva de análisis del *enmarcamiento* (*framing*) los encontramos en diferentes fuentes. De ellas destacan la sociología interpretativa, el interaccionismo de la Escuela de Chicago, la fenomenología y la etnometodología. Todas estas corrientes tienen en común el alejarse del objetivismo positivista, e interesarse por los aspectos subjetivos e intersubjetivos de los individuos en sus relaciones cotidianas.

Así, desde la sociología interpretativa se apunta la necesidad analítica de reconocer los procesos intersubjetivos/sociales que se hacen presentes en las interconectividades entre actitudes y formas interpretativas en las prácticas de los individuos, que les llevan a definir una situación de determinada manera. De esta forma, las interpretaciones vendrían a resultar de normatividades contenidas en experiencias, actitudes y conocimientos obtenidos socialmente, y que son previos a la relación que los sujetos establecen con los hechos a interpretar. En este terreno, a las interpretaciones individuales de los individuos se les reconoce un indudable origen colectivo/social²².

Por su parte, la **Escuela de Chicago** aporta elementos para la comprensión de las relaciones sociales conflictivas y consensuadas (Park y Mead) y para entender desde una postura de interaccionismo simbólico la manera de actuación de los individuos en función de los intercambios de significado que establece con los otros, que les permiten asumir una

²² Williams Isaac Tomas incorporó en 1923 la noción *de definición de situación* refiriéndola de la siguiente manera: "las situaciones definidas como reales son reales en sus consecuencias".

postura ante los hechos, dependiendo de lo que éstos signifiquen para ellos. De esta forma, las prácticas de los individuos aparecen vinculadas no sólo de los hechos a los que se enfrenten, sino además a lo que dichos hechos les significan.

En tanto que la **fenomenología** (Suchtz) aporta a la perspectiva del *framing* el considerar el conocimiento como resultado de una producción intersubjetiva social. De esta postura se desprende la visión de constructivismo social desarrollada por Berger y Luckmann (1983), que considera que la realidad colectiva e individual se construye socialmente a través de procesos de internalización, externalización y objetivación.

La **etnometodología** (Garfinkel) también reconoce el carácter constructor y construido de la sociedad, destacando sobre todo el papel de las expresiones lingüísticas en estos procesos de carácter indéxico (el habla en relación con los contextos). Además destaca la manera en que intervienen las contingencias circunstanciales cotidianas, como aquellos contextos que otorgan cierto sentido a los acontecimientos, y la forma en que contextos e interpretaciones de los mismos se van construyendo mutuamente.

Gregory Bateson fue quien, en 1955, desde la **antropología**, hizo uso del concepto de *frame*, para referirse al marco de interpretación que en los procesos de recepción de mensajes posibilita que los individuos consideren algunos aspectos de la realidad y desestimen otros (Sádaba, 2008: 30). Como anotación, Chihu (2010) señala que Bateson consideraba el marco como ese mensaje inserto en una dimensión comunicativa y meta/comunicativa, que contiene diversos niveles de abstracción (denotativo-metalingüístico y meta/comunicativo), aunque, sin embargo, esta concepción seguía desenvolviéndose en un nivel psicológico, con acento en lo individual.

Correspondió a Erving Goffman (1986) re-direccionar el sentido del concepto de *frame* a partir de la publicación de su libro *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*, publicado en 1974, colocándolo en el terreno de lo social, y rebasando así el enfoque psicológico-individual. El planteamiento central de Goffman radica en afirmar que el actor social antes de desarrollar cualquier actividad, despliega una definición de la situación y una estructuración de sus intenciones. Es en este sentido que plantea la relación de *definición con marco (frame)*: “Las definiciones de situaciones se construyen de acuerdo con principios organizativos que gobiernan los acontecimientos, al menos los sociales, y

nuestra implicación en ellos. *Frame* es la palabra que uso para referirme a esos elementos” (Goffman, 1986: 10). Podemos reconocer que E. Goffman define los marcos (*frames*) como aquellas fachadas simbólicas de personas, grupos y sociedades a través de las cuales construyen formas de identidad y desde las cuales actúan, interaccionan, se comunican con base en estructuras cognitivas y lingüísticas. En su lógica, y considerando su significado plural, los *frames* se articulan a referentes personales, contextos, y resonancias culturales y mediáticas (Sádaba, 2008: 217). Desde la perspectiva de Goffman los *marcos (frames)* son aquellos que permiten definir las situaciones en la medida que poseen un doble sentido: por un lado, son esquemas para referirse a los procesos psicológicos individuales que operan en la comprensión de los hechos; y por el otro, son referentes, marcos o principios de organización que orientan las experiencias, la comprensión y la construcción de sentido que los individuos asignan a la realidad.



1.11.2 El *frame* como unidad de análisis básica.

A partir de Goffman los estudios sobre los *marcos (frames)* se han desarrollado desde posturas teóricas diversas. D'Angelo (2002), identifica básicamente tres, a saber: el enfoque cognitivo, que se interesa por indagar la forma en que las audiencias se relacionan con los marcos (*frames*) de los medios; el enfoque constructivista, que pone atención sobre el tipo de negociación que se establece entre audiencias y *marcos (frames)* de estos mismos medios, y la toma de postura que de esto resulta; y la perspectiva crítica, que destaca el problema del poder de los medios, que se materializa en los *marcos (frames)* que promueven. Estas dos últimas posturas son aquellas que posibilitan el abordaje analítico y la comprensión de los *marcos (frames)* desde una postura epistemológica, que se aleja tanto de la visión objetivista como de la subjetivista para la explicación de la construcción de la información²³.

²³ Bourdieu (2000a: 91-92, 132) señala que los objetos naturales no se encuentran pre-construidos socialmente, sino que se constituyen por aplicación de esquemas. Agrega que existen otro tipo de objetos que ya se encuentran clasados social y culturalmente a partir de posiciones sociales y gustos. Establece el mismo Bourdieu que los agentes se clasan desde el momento de apropiarse de objetos que ya se encuentran previamente clasados, por estar asociados a clases de agentes; que de la misma manera que clasan a los demás agentes, que se clasan apropiándose de los objetos que los clasan. El propio objeto opera sobre sí mismo un clasamiento; que los principios prácticos del clasamiento son lógicos, axiológicos,

Sin embargo, incluso reconociendo los procesos subjetivos que se encuentran presentes en los procesos de construcción de marcos, el término *frame* sigue siendo pluri/semántico y con diferentes acepciones disciplinares. Por ejemplo, para Reese (2001), los marcos (*frames*) son principios de organización socialmente compartidos, que se mantienen a través del tiempo, y que cumplen una función simbólica, buscando dar una estructura significativa al mundo social. Hans-Bernd Brosius y Peter Eps (1995: 396), los consideran como “unidades mentales que organizan y guían nuestra construcción y comprensión sobre la realidad social” (1995: 396). Gamson (1989) los concibe como una idea. Para Reese, Gandy y Grant (2001) los marcos (*frames*) son un esquema. En tanto que para Tangar (2001) un *marco (frame)* se constituye en la idea nodal centralizadora que define cuál es el problema y otorga sentido a los acontecimientos. En tanto que para Gitlin (1980) son un patrón de comportamiento.

De este breve recuento podemos reconocer que el acento se coloca en reconocer los marcos (*frames*) como orientadores de las interpretaciones y acciones de los individuos. En este sentido, un *marco (frame)* se convierte, así, en un esquema interpretativo que simplifica, condensa y codifica las realidades relacionadas con personas, situaciones, objetos y acciones, ya sean presentes, pasadas o futuras, pero al mismo tiempo funge como pauta generadora y orientadora de prácticas de los individuos. En este nivel se ubica la concepción compartida por autores como Snow y Benford (1992: 137) y Chihu, (1999: 43; 2000: 247; 2006: 9, 10) que reconocen que un *marco (frame)* opera como un esquema cognitivo/interpretativo que simplifica y condensa la realidad, mediante procesos de selección, señalamiento y codificación de objetivos, situaciones, acontecimientos, experiencias y secuencias de acciones, pasadas o presentes, relacionándolos con el medio en que se desarrolla el actor social²⁴.

En una lógica más operacional, particularmente Tarrow (1997) y Mc Adam (1999), consideran que los *marcos (frames)* cumplen funciones de diagnóstico (identificación causal de un problema), pronóstico (definición de estrategias, tácticas y soluciones) y

teóricos y prácticos; y forman parte del que los sistemas de clasamiento, que son productos sociales y objeto de luchas constantes entre agentes, lo que hace que haya una lucha de clasamientos como parte de la lucha de clases.

²⁴ Colocándose en el terreno de la producción noticiosa, Entman (1991) señala que por su estructura, los marcos (*frames*) noticiosos se constituyen por imágenes y recursos narrativos simbólicos.

motivación (líneas que favorezcan la movilización). Mientras que Entman (2003: 417) reconoce aspectos constitutivos indispensables de cualquier *frame*: definición de circunstancias problemáticas; establecimiento de las causas; construcción de juicios morales hacia los actores participantes en el problema enmarcado; comunicación de alternativas a dicho problema. En este mismo sentido es que Chihu (2010: 25), señala que la función de los *marcos (frames)* es posibilitar a los individuos ubicar, identificar y clasificar los acontecimientos del mundo próximo o lejano, y agrega que, así, “los marcos influyen en los puntos de vista que los individuos tienen sobre los problemas y las soluciones planteadas para resolver estos problemas” (2010: 29). De esta manera, reconoce que los *frames* operan como marcos orientadores de las acciones de los individuos en función del problema reconocido y la asignación de atribuciones de responsabilidad a ciertos actores sociales (individuos o grupos) o estructuras (instituciones), a lo que se le puede llamar atribución diagnóstica. Además que, desde los *frames*, se promueve la idea de acciones y soluciones a la situación reconocida como conflictiva y a los sujetos encaminados a cumplir esta tarea (atribución pronóstica). A través de los *frames* los individuos seleccionan, señalan y ponen acento sobre ciertos aspectos y excluyen otros. Sobre esta base de jerarquización/inclusión/exclusión de elementos, desde los marcos (*frames*) se favorece la definición de una situación de interés. Los *marcos (frames)* también permiten articular una variedad de acontecimientos posibilitando su comprensión unificada, lo que permite colocarlos como referencia para la interpretación de otros acontecimientos (Chihu, 2010: 25-26).

Llegado este momento podemos señalar que el marco (*frame*) puede entenderse como una construcción significativa que se configura ya desde otras significaciones. Es, entonces, una re-significación de significaciones previamente existentes. En tanto que por sus componentes un marco (*frame*) se constituye por un conjunto de creencias y significados que organizan la experiencia y orientan, significan y legitiman las acciones de los actores. Es a partir los discursos y su escenificación que los actores aprenden, ejecutan y reproducen sus comportamientos en sociedad.

Ahora bien, desde el campo de la comunicación, el estudio de los *marcos (frames)* se ha venido realizando, sobre todo, dirigiendo el interés a reconocer la manera en que los

medios generan significados, y a la forma en que las audiencias construyen sus propias lecturas e interpretaciones del mundo, y orientan sus actuaciones prácticas en función de dichos *marcos (frames)*. Es así que, historizando la reflexión sobre los *marcos (frames)* en el campo de la comunicación, podemos decir que en los actuales contextos de predominio de la comunicación de masas, los medios pueden considerarse como escenarios fundamentales desde donde se construyen *marcos (frames)* y se desarrollan dinámicas de enmarcamiento (*framing*)²⁵.



1.11.3 El concepto de *framing*.

¿Pero cuál es la relación que podemos reconocer entre marco (*frame*) y enmarcamiento (*framing*)? Para comprender lo que es el *enmarcamiento (framing)*, es necesario partir de reconocer que el *marco (frame)* es una unidad analítica básica que es producto y productor del *framing* como proceso de enmarcamiento.

Partimos de señalar que el *enmarcamiento (framing)*, ha formado parte de las herramientas conceptuales y analíticas de disciplinas como la psicología, la sociología, la antropología y las ciencias de la comunicación. Particularmente, Canel (2006: 186-188) ha realizado una clasificación de las distintas definiciones que sobre el enmarcamiento (*framing*) han construido diferentes autores: enmarcamiento (*framing*) como selección (Entman, 1993); enmarcamiento como organización jerárquica (Gamson y Modigliani, 1987); enmarcamiento (*framing*) como contextualización de un tema (Meyer, 1995; y Rachlin, 1988); enmarcamiento (*framing*) como línea, ángulo o juicio noticioso susceptible

²⁵ En contextos mediáticos/noticiosos, para algunos autores como Vreese, Jochen y Semetko (2001) los *frames* pueden clasificarse en *frames* generales (cobertura y tratamiento de un hecho), *frames* específicos (sobre asuntos en un contexto particular). A esto se agrega la clasificación de *frames* generales o específicos; episódicos o temáticos; estratégicos o tácticos; *microframes* o *macroframes*; a favor o en contra; dominantes o dominados; y de definición, interpretación causal, evaluación moral y recomendación (Sádaba, 2004: 101). También se han clasificado en *frames* de conflicto (individuos, grupos, instituciones), de interés humano (dimensión emocional), de consecuencias económicas (para un individuo, grupo o nación), de juicio moral (prescripciones morales o religiosas) y de atribución de responsabilidad (a gobierno, individuo o grupo) (Neuman, Just, Crigler, 1992). Tratándose de los spots políticos, para Chihu (2010: 32) existen diferentes tipos de enmarcamiento: *framing* verbal (textos orales y escritos), *framing* visual (imágenes) y el *framing* aural (voz narradora, música y efectos de sonido).

para crear un suceso (Mendelson, 1993); y enmarcamiento (*framing*) como idea/eje, desde el que se organiza la noticia (Tankard, 1991).

Para motivos de este estudio, nos interesa destacar el carácter del *framing* como selección. Etman considera que el *framing* se relaciona con la acción de enfocar, que es entendida como “seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y hacerlos sobresalir, de tal manera que se promueve una determinada definición del problema, una interpretación de su causa, una evaluación moral y/o la recomendación de una solución” (Entman, 1993: 52). Entonces, para el *framing* implicaría las siguientes situaciones:

“los sujetos deciden seleccionar y construir enfoques, guiados por sus propios esquemas de conocimiento; los textos contienen frames en los que se manifiesta la ausencia o presencia de esos mecanismos visuales: palabras clave, fuentes de información o imágenes, mientras que los receptores tienen a su vez sus propios esquemas de conocimiento, coincidentes o no con los de los sujetos emisores y con los textos” (Entman, 1993: 52-53).

Por su parte, Gitlin (1980) relaciona el concepto de enmarcamiento (*framing*) con las tareas de procesamiento y construcción de grandes cantidades de información de manera rápida y rutinaria. En tanto Tankard (1991) asocia el *framing* con la acción constructiva de selección y elaboración, pero también de la exclusión. De esto se desprende que en la construcción del *framing* también hay procesos de jerarquización de elementos de la realidad, a partir de “principios organizadores socialmente compartidos y persistentes a través del tiempo, que trabajan simbólicamente para estructurar con significado el mundo social” (Reese, 2001: 13-14). Sobre la base de estos elementos es que los individuos definen una situación de manera deliberada, intencional, activando esquemas de interpretación, de conocimiento (Gamson y Modigliani, 1989) y proyectando formas de estructuración y de comprensión de la realidad (Neuman y Just, 1992).

Así, en un sentido general, el proceso de enmarcado (*framing*) lo entenderemos como construcción discursiva coherente, tanto de los movimientos como de las instituciones sociales dominantes, que permite la identificación de problemas y causas que los provocan, formas de enfrentarlos y soluciones propuestas ante los mismos. Este proceso de enmarcamiento (*framing*) se asocia a dimensiones subjetivas e intersubjetivas en la



medida que involucra, de parte de los actores sociales, prácticas de selección de ciertos aspectos de la realidad que prioriza sobre otros²⁶. De esta manera, el enmarcamiento (*framing*) puede identificarse como una estrategia de análisis que posibilita identificar los procesos asociados a la construcción de temáticas, narrativas discursivas y los sentidos generados desde estos procesos. Para Chihu (Chihu, 1999: 41; 2000: 448-450), adicionalmente, a través de la categoría de *marcos para las acciones colectivas* este enfoque pretende ser un aporte a la comprensión de los procesos de producción y difusión de los elementos ideológicos y culturales que hacen posible el paso de la acción colectiva a movilización social.

1.11.4 Resonancia cultural y alineamiento de marcos (frames).

Resonancia cultural es un concepto que busca explicar las repercusiones que puede generar en las audiencias la construcción y difusión de un marco (*frame*) que resulta de un proceso de enmarcamiento (*framing*). ¿Pero qué habremos de entender por *resonancia cultural* y de qué manera este proceso se vincula con el *alineamiento de marcos*?

Entman (2003) se refiere a *resonancia cultural* como un recurso útil para evaluar procesos de asociación y efectos de aceptación, apoyo o rechazo alcanzados por los marcos (*frames*) en una audiencia determinada. La asociación se entiende como una acción cognitiva intencionada del individuo que el permite vincular el enfoque (*frame*), con sus propias experiencias y valores (Miller y Riechert, 2003: 113). Es a este tipo de asociación que se le denomina *alineamiento de frames* (Snow y Benford, 1986, 1988). El cual ocurre cuando un *frame* consigue en la audiencia una *resonancia* dado que responde a sus experiencias cotidianas. Miller y Riechert, utilizando el concepto de *resonancia cultural* afirman que “los enfoques de los diferentes actores dominan cuando hacen resonar los valores y experiencias de los públicos” (2003: 113). Por su parte, Snow y Benford (1988: 210), hablan de *resonancia cultural* para referirse a aquellos efectos de los *frames* que resultan del uso de contenidos de la herencia cultural de los destinatarios. En el terreno

²⁶ En la medida que la perspectiva del *framing* reconoce los procesos subjetivos que se encuentran presentes en la selección de aspectos de una realidad por parte de los actores sociales, es que marcan una distancia respecto a los enfoques objetivistas/positivistas.

noticioso, más concreto, se entenderá la *resonancia cultural* como “aquellas palabras e imágenes que hacen que el *frame* puede ser distinguible del resto de las noticias por su capacidad para fomentar apoyos u oposición hacia algo en un conflicto político” (Entman, 2003: 417).

Para entender la relación entre *resonancia cultural* y *alineamiento de marcos (frames)* partiremos de considerar que *alinear* un *marco* implica procesos de selección jerarquizada de ideas y la adopción de una posición a favor o en contra de algo o alguien. Es en esas condiciones que se habla de un *frame* resonante: enfoque con coherencia en su relación estructural de pensamiento-lenguaje-acción.

Para Snow y Benford (1986) se pueden reconocer cuatro modalidades de alineamiento de frames: el *frame puente*, que es la “unión de dos o más frames congruentes ideológicamente pero estructuralmente desconectados a la hora de considerar un problema” (Snow y Benford, 1986: 467), donde un grupo social comparte el sentido sobre un evento, pero no logra concretar una acción conjunta al respecto; el *frame de refuerzo*, que es aquél que “estimula y fomenta la interpretación de un asunto particular, un problema o unos eventos” (Snow y Benford, 1986: 469), pero que, sin embargo, requiere agregar una explicación complementaria para obtener la resonancia que se requiere; el *frame de extensión* es aquel que se construye a partir de incorporar otros marcos (*frames*) al marco ya definido (Snow y Benford, 1986, 472); y el *frame de transformación*, que es aquel que resulta de modificar los contenidos de un marco (*frame*) dada la poca resonancia obtenida en los destinatarios (Snow y Benford, 1986: 473).

Más aun, tratando de explicar la lógica de activación de los enfoques deseados en las audiencias, que se desencadena desde los frames de niveles superiores a inferiores, Entman (2003; 2004), sugiere un modelo llamado *cascading activation*. A partir de este modelo es que se entiende que los mensajes que contienen a los *frames* fluyen de arriba hacia abajo, donde los destinatarios generan asociaciones con base en congruencias culturales (respuesta de coherencia). Sin embargo, también ocurre el proceso inverso, que

es la generación de *contra/frames* (de conflicto o bloqueo)²⁷, que fluyen de abajo hacia arriba, chocando con los *frames* dominantes por manejar otras ideas, valores y motivaciones, y no poseer congruencia cultural, un estímulo congruente, ambiguo o incongruente, respectivamente. Estos *contra/frames* se presentan cuando los sectores dominantes/arriba no consiguen que sus *frames* se reproduzcan como congruentes, verdaderos y válidos en los sectores dominados/abajo. En esta lucha entre *frames*, lo que está en juego es la disputa por la visión legítima sobre la realidad entre los grupos, clases e instituciones que forman parte de la disputa. Esto permite entender que la relación entre *frames* y *contra/frames* puede ser de paridad o disparidad. Es de paridad cuando ambos *frames* reciben el mismo peso en el acceso, en su difusión, que es realmente lo que no ocurre.

1.11.5 El concepto de *communicative framing*.

En una primera aproximación a los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) se les pueden considerar como esquemas mentales y marcos (*frames*) de contextualización y acción práctica que, a nivel informativo, permiten fijar coberturas, y orientar la manera de entender y narrar los acontecimientos. Es el proceso de *enmarcamiento* (*framing*), que en su carácter de producción e intercambio de sentido, se desarrolla entre agentes de similares o variados campos. Particularmente, el *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*), podemos entenderlo como aquel proceso de encuadre: a) que realiza una fuente de comunicación mediante procesos de selección, organización, clasificación e interpretación de realidades para, a partir de ahí, definir un problema e identificar responsables; b) que genera determinado tipo de significados y valoraciones morales ante la situación de que se trata; c) que ofrece soluciones a la problemática planteada; d) que busca con ello, además, producir un discurso; d) y construir un tema como colectivamente significativo, de tal forma que los destinatarios asuman como

²⁷ Dice Entman (2003: 423) que “a un estímulo congruente (que goza de resonancia cultural) le acompaña una respuesta habitual (esperable); a un estímulo ambiguo, le sigue una respuesta conflictiva, y a un estímulo incongruente (que no resuena culturalmente) le acompaña un bloqueo de respuesta”

propios estos presupuestos²⁸ (Chihu, 2010: 24, 26-27). En esta lógica, podemos distinguir que el *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) recorre diferentes fases: la localización de un tema y su reconocimiento como problema social; la atribución causal del problema a factores y a agentes; la interpretación de las metas y las posibilidades de éxito de la movilización; el reconocimiento de una instancia de resolución del problema; y la auto/justificación del sujeto que lo construye como actor legítimo²⁹. Como podemos observar, los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) no son producto del despliegue de un proceso único. En su construcción intervienen diferentes tipos de *enmarcamientos* (*framing*) particulares, que acompañan el proceso comunicativo en sus variados momentos.

De este conjunto de procesos de configuración de agenda³⁰ es que se ha interesado la perspectiva de la *Agenda-Building*, a la cual se le puede considerar como una perspectiva que busca comprender el proceso de construcción de los medios y la influencia de los diferentes actores en la definición del discurso que se transmite a las audiencias, considerando la disputa por la presencia y los sentidos que existe socialmente. La *Agenda-Building* es, al mismo tiempo, una respuesta al protagonismo exagerado que se le adjudica a los medios en la tarea de fijación de la agenda (*Agenda-Setting*). Además, por su estructura, a la *Agenda-Building* se le puede considerar como un proceso colectivo de cuatro etapas, donde se muestran los marcos (*frames*): una, donde los medios resaltan cierto tipo de acontecimientos, personalidades, grupos o instituciones (establecimiento de la agenda); otra, donde se enmarca el objeto que se resalta, destacando u ocultando aspectos asociados a éste (construcción de la agenda); otra más, donde se asocia el objeto con determinado tipo

²⁸ Colocándonos en una lógica como la planteada por Castells (2009: 216), el *framing*, en tanto proceso de enmarcado, vendría a ser una manifestación particular de interacción entre medios y audiencias, que se desarrolla principalmente en los medios de comunicación, y a través de los cuales éstas se perciben en relación al mundo.

²⁹ A esto se puede agregar que el propio proceso de enmarcamiento (*framing*) posee un nivel interno y otro externo o profundo. El interno que tiene que ver con los procesos que llevan a la construcción de un marco (*frame*) al interior de una organización. El externo que se relaciona con el destino público del marco (*frame*) creado por una organización (López y Chihu, 2008: 697).

³⁰ Se entiende por agenda aquellos asuntos que necesitan atención y están por resolverse. La agenda recupera el juego que los agentes sociales desarrollan en el escenario público, y el resultado de la lucha de los agentes por lograr que los que consideran temas de interés, lo sean también para el conjunto de la sociedad. La presencia de un tema en la agenda indica la prioridad y preferencia que ha alcanzado determinado tipo de enmarcamiento (*framing*). Para convertirse en parte de la agenda pública, un *framing* pasa por diferentes filtros, entre los que se encuentran los representados por los medios (Sádaba, 2007)





de símbolos, para que de esta manera se reconozca por las audiencias (construcción de la agenda); y una última etapa donde se proyectan a los portavoces que pueden articular demandas y que intentan llamar la atención de los medios (construcción de la agenda).

Sobre esta base es que estructuralmente, podemos reconocer la presencia de *enmarcamientos (framing)* en las empresas de medios, a través de sus políticas institucionales y sus líneas editoriales, que convienen a sus intereses económicos, políticos e ideológicos de campo mediático; *enmarcamientos (framing)* presentes en las fuentes desde donde se construye la información; *enmarcamientos* en las rutinas de selección de noticias; *enmarcamientos (framing)* en la producción de noticias (redacción, edición); *enmarcamientos (framing)* en la noticia como mensaje y producto informativo que se proyecta; *enmarcamiento (framing)* en el manejo que los conductores hacen de las noticia misma; y *enmarcamiento (framing)* desde donde las audiencias realizan su proceso de recepción y de reconfiguración de noticias, que les permite exponerse a información y medios que reafirman o contradicen sus puntos de vista. En este sentido, los marcos (*frames*) con mayores resonancias culturales son los que poseen mayor posibilidad de influencia.

Es así que la articulación del conjunto de estas variadas dimensiones mediacionales (mediático-informativas) se traducen en la construcción de *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)*, que a partir de diferentes procesos configuran una red de entrecruzamientos de flujos y construcciones reticulares. Esto, acompañado de tensiones, resultado de los propios conflictos que se desarrolla en lucha social entre los agentes involucrados en estos procesos de construcción de *enmarcamientos comunicativos*, a través de los cuáles se disputan el monopolio de la visión legítima del mundo.

1.12 Definición de conceptos de primer orden.

A partir de esta perspectiva teórica, y considerando los referentes empíricos, fue que a lo largo del trabajo construimos definiciones conceptuales de diverso nivel, de las más abstractas a las más concretas. Las directamente ligadas al enfoque teórico las denominamos conceptualizaciones de *primer orden*, las vinculadas con los referentes

empíricos las nombramos conceptualizaciones de *tercer orden*. Mientras que a las definiciones que median entre ambos niveles de definición, las llamamos de *segundo orden*.

En seguida presentamos las definiciones conceptuales de *primer orden* asociadas a estas perspectivas teóricas de estudio tales como *campo social*, *agentes*, *capital*, *habitus*, *sistemas simbólicos*, *sentido*. En tanto que en el tercer capítulo, desarrollamos la definición de los conceptos identificados como de *segundo orden*: *lo público*, *la ciudadanía* y *movimientos sociales*, asociados directamente a la problemática de estudio. En los conceptos de tercer orden ubicamos los de *televisión*, *noticiero*, *noticia*, *formato televisivo*, *marcos (frames)* y *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)*.

1.12.1 El concepto de *comunicación*.

La comunicación es un tipo de saber producido socialmente, en el que se invierten recursos materiales y energéticos. Se ocupa de las interacciones informativas entre *egos* y *alters*, individuos, grupos o instituciones, los cuales desarrollan ciertos comportamientos con el fin de indicar algo, buscando compartir conocimiento y controlar el ambiente y adaptarse a él. En el caso de los humanos, la comunicación es un mecanismo que posibilita la hominización y la humanización. Implica procesos de enculturación de los individuos, en la medida que como conocimiento es construido para transmitirse de generación en generación. Como teoría se ocupa de los orígenes, las transformaciones, los usos, y del qué cómo y por qué de los intercambios informativos, y a partir de esto entender la manera en que la comunicación favorece la reproducción y la diversificación de los individuos sociales (Martín Serrano, 2007: 322). Para Schiller (2007: 18), la comunicación es un proceso que se traduce en compartir significados mediante el intercambio de información. Esta comunicación se construye sobre bases tecnológicas, emisores y receptores con características particulares y códigos culturales y protocolos particulares, y en contextos de relaciones sociales específicos. Desde la perspectiva de Carey (1989: 23), como proceso simbólico, la comunicación favorece la producción, mantenimiento, reparación y transformación de la realidad. Para Scolari (2008: 26), la comunicación se traduce en un conjunto de intercambios, hibridaciones y mediaciones dentro de un entorno donde

confluyen tecnologías, discursos y culturas. Mientras que Fuentes (2007a: 65), establece que la comunicación implica prácticas socioculturales, económicas, políticas y cognitivas, y dimensiones biológicas, físicas y psicológicas, de las que el investigador forma parte y está implicado.



1.12.2 El concepto de *campo social*.

El *campo*³¹ es una construcción analítica que sirve para designar un espacio social que, como campo de fuerzas y luchas, está estructurado con puestos o posiciones³² a partir de un conjunto específico y sistemático de relaciones prácticas socio/históricas/asimétricas entre agentes e instituciones, que producen, distribuyen, disputan y negocian capitales específicos según las reglas constitutivas de ese espacio. Estos capitales son el fundamento del poder, de la autoridad, de cada campo particular.

La estructura de un campo tiene un carácter objetivo, y resulta de un proceso histórico de formación dada por la posición que mantengan los agentes, grupos e instituciones implicados en dicho espacio, y la relación de fuerzas que guardan entre sí, en un momento determinado los implicados en esta lucha, a partir del poder específico que han logrado acumular a lo largo de enfrentamientos anteriores. De esta manera resulta una ubicación como dominantes o como dominados. Esta posición es lo que les permite orientar sus estrategias presentes y futuras. Y aunque los agentes busquen colocarse fuera del espacio social representado por el campo, no pueden evitar ser parte de ese mundo social, al igual que otros agentes (Bourdieu, 1997: 59; 2000a: 12, 201).

³¹ Cabe precisar que no existe un solo campo, sino una variedad de ellos, cada uno con especificidad y autonomía relativa. Esto debido al tipo de capital sobre el que se construye cada uno de ellos; las reglas a partir de las cuales funcionan; y la presencia de distintos tipos de poder y de legitimidad. Esto hace que cada campo asuma propiedades específicas, que hacen que las luchas entre dominantes y dominados adopten modalidades distintas. Así, un campo se define definiendo objetos e intereses en juego propios de su campo, diferentes a los objetos e intereses de otros campos particulares. Los límites de cualquier campo sólo pueden determinarse empíricamente en el terreno concreto, reconociendo el punto donde cesan los efectos del campo sobre aquel elemento que por él transita.

³² En términos de Bourdieu (1995) se entiende por posición social la ubicación histórica, presente y potencial, históricas de los agentes en función del poder que posean (posición de dominación, subordinación, homología), poder que proviene de la posesión de determinado tipo de capital. La posición social se define a partir de criterios de distancia social respecto a otros agentes y sus posiciones que pueden ser superiores o inferiores, dependiendo del capital acumulado. Las posiciones también son institucionalizadas a través de reglas, para de esta manera hacerlas respetar.

Para que un campo funcione debe haber objetos en juego y personas dispuestas a disputarse estos objetos. Entonces, la propiedad fundamental de un campo en tanto espacio social es la recíproca externalidad de los objetos que encierra (Bourdieu, 2000: 105). Así, el *campo* puede entenderse como espacio de juego, de luchas específicas, donde los agentes se proponen ciertos objetivos a conseguir (Bourdieu, 2000a: 36). A través de esta lucha, los agentes y las instituciones buscan apropiarse de los beneficios propios de ese campo. Su objetivo es conseguir que su capital particular sea el que prevalezca monopólicamente sobre el conjunto de capitales existentes, buscando que esto se traduzca en el establecimiento de formas de dominación y violencia legítima. En este sentido, la **dominación** aparece como el efecto indirecto en el que intervienen un conjunto de acciones desarrolladas en la red de coacciones entre los diferentes agentes que se desenvuelven en la lucha de campo o campos. A decir de Bourdieu (2008:123), el poder de dominar depende en mucho de la creencia de poder que se considera tiene aquel individuo o grupo al que se acredita como poderoso.

Los participantes en el juego de los campos deben contar con un *habitus* que les permita tener conocimiento y reconocimiento del funcionamiento de dicho espacio. Es así que todas las personas implicadas en un campo comparten intereses asociados al mismo; y se mueven en función de un interés genérico, común, que los une a partir del consenso. Este interés es producido por la misma participación de los agentes en el campo, que la convierte en una práctica interesada³³. Los agentes e instituciones que participan en la lucha contribuyen a la reproducción del juego y a producir la creencia en el valor de los objetos en juego. Esto quiere decir que aun agentes con relación antagónica en un campo, también mantienen complicidad, acuerdo, en relación a lo que significa el juego y los objetos del mismo³⁴.

³³ El interés es la inversión específica en los objetos en juego, que a la vez es condición y resultado de la pertenencia a un campo de parte de los agentes.

³⁴ En el terreno metodológico, los pasos para el análisis de un campo incluyen diferentes momentos: analizar la posición del campo estudiado respecto al del poder; establecer la estructura objetiva de relaciones que se dan entre las posiciones de los agentes o instituciones que participan en ese campo, que pueden ser analizadas independientemente de las características de dichos agentes; y analizar los *habitus* de los agentes, para reconocer los sistemas de disposiciones adquiridas por medio de la interiorización de condiciones sociales y económicas.

1.12.3 El concepto de agente.

Los agentes son tipos de individuos que actúan en el campo social en la medida que poseen ciertas características, determinadas por sus posiciones, lo que les permiten producir efectos en él³⁵. Los agentes se encuentran en situaciones presentes-estructurales y potenciales de construcción, en función de una trayectoria social; resultan de un doble proceso (conocimiento de las reglas y formas de capital del campo social, y conocimiento de la estructura y funcionamiento del campo); son a la vez clasificados y clasificadores, y que cuando clasifican lo hacen desde la posición que se les ha asignado en las clasificaciones. Los agentes están distribuidos en el campo social de acuerdo a varios criterios: el volumen global de capital que poseen; la composición de su capital (tipos de capital); y la trayectoria en el campo social, que depende de la evolución de la composición y el volumen de su capital. Así, los agentes construyen puntos de vista que son una perspectiva, una visión subjetiva parcial, un panorama que resulta de su posición específica en un espacio social objetivo (Bourdieu, 2000: 102, 106, 111).

Es de esta forma que, dependiendo del lugar que ocupan en esa estructura, los agentes se proponen estrategias de conservación o subversión de la estructura del capital específico, buscando así modificar la relación de fuerzas con sus diversos criterios y poderes, y las equivalencias de capital acumulado. En esta lucha, los agentes dominantes se caracterizan por poseer los medios para hacer funcionar el campo de acuerdo a sus propios intereses y por defender su monopolio sobre el capital específico de disputa, además de excluir de la competencia a los recién ingresados. En tanto que los dominados, tratan de superar las barreras que se les han impuesto, y que le impiden adentrarse en el campo, y asumen la tarea de desarrollar una labor de resistencia (Bourdieu, 2008: 20, 31,

³⁵ Sewell (citado en Fuentes Navarro, 2003) dice que agente “significa ser capaz de ejercer algún grado de control sobre las relaciones sociales en que uno está inmiscuido, lo que a su vez implica la capacidad de transformar estas relaciones sociales en alguna medida” (Sewell, 1993: 20, citado en Fuentes Navarro, 2003), de donde se desprende que la agencia sea entendida como la capacidad del actor social “para reinterpretar y movilizar un repertorio de recursos en términos de esquemas culturales distintos a los que constituyeron originalmente el repertorio” (citado en Fuentes, 2003), desde condiciones estructurales.

173)³⁶. A esto podemos agregar que, de la misma manera que las relaciones sociales entre los agentes tienden a objetivarse en códigos públicos, asimismo, esta lucha se desarrolla de acuerdo a reglas constitutivas del espacio en tanto campo.



1.12.4 El concepto de *prácticas*.

Las prácticas se entenderán como aquellas acciones de los agentes en un campo, que resultan de un *habitus* incorporado y un capital simbólico acumulado. Las prácticas son mutuamente comprensibles para los agentes porque se ajustan a las estructuras, también compartidas y cuyo sentido es unitario y sistemático. Las prácticas no responden a una lógica racional, pero sí responden a un sistema lógico (Bourdieu, 1999).

1.12.5 El concepto de *interacción*.

Interacción se entiende como aquellos movimientos que permiten comprender “que las relaciones entre estructuras y sujetos no están dadas de una vez y para siempre” (Reguillo, 2003: 21), lo que hace posible trabajar desde las contradicciones y tensiones de la vida social en su variedad, donde los sujetos no aparecen sujetos por la estructura, ni la cultura como simple recreación lúdica.

1.12.6 El concepto de *capital*.

El capital es una fuerza que se encuentra inscrita en la objetividad de las cosas; cumple la función de objeto de disputa y negociación, de condición de entrada en un campo determinado, además de herramienta de actividad. En un campo, el capital es siempre de tipos y subtipos específicos, variando de un espacio social a otro. Es así que puede adoptar

³⁶ Sin embargo, un campo se convierte en un aparato cuando los dominantes cuentan con los medios para anular las reacciones y la resistencia de los dominados. Además de que las revoluciones parciales que ocurren en los campos no ponen en cuestión los fundamentos, los valores y las creencias en el propio juego (Bourdieu, 2000a: 112, 136).

la modalidad de capital económico, social³⁷, cultural³⁸ y simbólico³⁹, aunque puede convertirse de un tipo a otro, dependiendo del campo de que se trate⁴⁰. En este sentido, el capital es un tipo de recurso de poder que se acumula a través del tiempo en forma interiorizada, objetivada, que se produce y se negocia en el campo. Aún más, la estructura de distribución de los capitales corresponde a la estructura del mundo social en un momento históricamente determinado. Asimismo, el capital puede crecer, reproducirse y generar beneficios, pero sólo funciona como tal en un mercado determinado. Así, toda estrategia de reproducción del capital es, al mismo tiempo, una estrategia de legitimación de la apropiación y la reproducción del capital y del campo (Bourdieu, 2000: 132, 133, 163; 2000a: 124)).

1.12.7 El concepto de *habitus*.

³⁷ Capital social, es el conjunto de relaciones y recursos presentes o potenciales que están asociados a la pertenencia a un grupo, en tanto red duradera de relaciones de conocimiento y reconocimiento mutuo e intercambio material y simbólico, con límites establecidos y con cierto grado de institucionalización, que permiten producir y reproducir conexiones útiles y duraderas que posibilitan el acceso a beneficios materiales y simbólicos. La producción del capital social implica trabajo, oficio, tiempo, energía. Este tipo de relaciones no exige proximidad física, ni económica ni social. El volumen de capital social que posea un agente, dependerá de la extensión de su red de conexiones que pueda movilizar y del volumen de capital económico y cultural de los individuos con quien se relaciona. Generalmente los individuos que constituyen un grupo delegan institucionalmente en otra persona o en un subgrupo el capital social, el cual puede ejercer el poder acumulado en el grupo, sobre él y en su contra (Bourdieu, 2000: 148-156; 2000a: 56, 58).

³⁸ El capital cultural, tiene que ver con épocas, sociedades y clases sociales. Se le reconoce como capital simbólico que puede ser apropiado. Puede existir en forma interiorizada o incorporada de manera inconsciente en individuos biológicamente singulares, como disposiciones duraderas del organismo resultado de herencia social aprendida la mayoría de las veces invisible. Este capital cultural interiorizado se manifiesta como parte integrante de la persona, como *habitus*, que no puede ser transmitido de forma inmediata. En su forma objetivada es el soporte físico/ material del capital cultural incorporado. Se manifiesta de manera autónoma y coherente, en la medida que responde a leyes objetivas; y en forma institucionalizada (por ejemplo, títulos académicos) permite al agente manifestar competencia cultural y obtención de valor convencional y legal. El capital cultural posee una dimensión política en la medida que genera representaciones de carácter simbólico a través de las cuales se busca imponer formas de ver el mundo social que intentan hacerse pasar por convenientes, justas y legítimas (Bourdieu, 2000: 136-148; 2000a: 62-63)

³⁹ El capital simbólico es un tipo de representación que se construye a partir de cualquier tipo de capital (Bourdieu, 1995).

⁴⁰ Las diferentes formas de capital pueden obtenerse con ayuda del capital económico, pero con intermediación de esfuerzos de transformación. Las manifestaciones transformadas del capital económico producen sus efectos en tanto que ocultan su presencia (Bourdieu, 2000: 157, 158).

En los agentes, el *habitus* es una manifestación histórica inconsciente, espontánea, involuntaria, durable⁴¹ y transferible. Lo constituye un conjunto de disposiciones cognitivas, afectivas, duraderas ajustadas al juego que se desarrolla en el campo social. Es un producto de los condicionamientos sociales⁴²: tiene un origen estructural en los entornos materiales, institucionales y de clase, pero también los estructura⁴³. Como un tipo de capital, el *habitus* asume la forma de sistema colectivo de estructuras estructuradas y estructurantes, y producto y productor de los condicionamientos sociales de donde emerge. A través del *habitus* lo cultural se hace natural, y se manifiesta como una disposición corporal incorporada, duradera y sistemática (Bourdieu, 2000a: 36, 133). Es como si el *habitus* poseyera al cuerpo, en donde reproduce las estructuras objetivas socializadas y aprendidas. De esta manera pasa a formar parte de la conducta de los individuos en formas corporales (*hexis*), y actitudes y apreciaciones morales (*ethos*).

A través del *habitus*, el espacio de las posiciones de los agentes se traduce en espacio de tomas de posición por intermediación de las disposiciones. Es así que las diferentes posiciones de los agentes en el campo correspondan a diferentes tipos de *habitus* (Bourdieu, 1999: 19; 2000a: 133).

El *habitus* es producto de la incorporación de la necesidad objetiva. Desde el *habitus* se crean estrategias que se ajustan a la situación objetiva de los agentes. Aunque estas estrategias no son producto de una intención explícita sobre objetivos racionalmente perseguidos, pero tampoco son resultado de una determinación mecánica de causas externas. Es por esto que podemos decir que funcionan como sistema de esquemas generativos de estrategias que se pueden conformar objetivamente con los intereses

⁴¹ Empero, la histerésidad de aquél le permite mantenerse a pesar de que las causas que le originaron hayan desaparecido. En este sentido, el *habitus* actúa y se modifica más lentamente, lo hace a destiempo de las condiciones objetivas que le originaron y a las cuales tiende a reproducir.

⁴² Los agentes incorporan el *habitus* a partir de aprendizajes sociales implícitos o explícitos, desde posiciones determinadas, y por medio de hábitos y repeticiones. En este sentido es que se pueden distinguir *habitus* primarios como los adquiridos en la familia, y *habitus* secundarios como los que se forman a partir de la escuela. De esta manera es que podemos decir que el *habitus* es inculcado e incorporado socialmente, y funciona como dispositivo de reconocimiento en las relaciones sociales: a través del *habitus* lo colectivo se hace presente en lo individual. Es en este sentido que Bourdieu llama al *habitus* “subjetividad socializada”.

⁴³ Es necesario precisar que la relación entre campo y *habitus* es bidireccional “el campo, como espacio estructurado, tiende a estructurar el *habitus*, mientras el *habitus* tiende a estructurar la percepción del campo”, señala Bourdieu (2000: 84).

objetivos de sus autores, sin haberse concebido expresamente con ese fin (Bourdieu, 2000: 81; 2000a: 119).

El *habitus* toma forma en estructuras de sistema de signos socialmente clasificados, que se manifiestan empíricamente a manera de regularidades, con una función generadora. Es por ello que actúan como principio creador y orientador de prácticas prolongadas, apreciaciones, representaciones, reconocimientos, estilos de vida y cálculos inconscientes, que pueden trasladarse de un campo a otro o de una a otra situación, con base en principios arbitrarios, objetivamente enclasadados y enclaseables. En la medida que el *habitus* está constituido por principios sistemáticos simples y parcialmente sustituibles, es que posibilita la invención de una variedad de soluciones, que no dependen directamente de las condiciones de producción (Bourdieu, 2000a: 134).

La ubicación de clase de los agentes en el campo permite hablar de la presencia de *habitus* de clase, entendido como aquel *habitus* individual, que expresa la clase como un sistema subjetivo no individual, de estructuras interiorizadas, esquemas comunes de percepción, que se construye a partir de una clase de circunstancias de existencia y condicionamientos idénticos y semejantes. Esto lleva a una armonización de las prácticas de los agentes pertenecientes a una misma clase social.

1.12.8 El concepto de *poder*.

El poder es un tipo específico de relación que se desarrolla entre agentes, campos y manifestaciones específicas en condiciones socio/históricas y políticas determinadas. Entonces, el poder remite necesariamente a la política. Ésta se puede definir como un intento de disposición social normativa sobre las condiciones materiales de vida, a partir de la formalización de las relaciones sociales y como resultado de las prácticas e interacciones entre sujetos. Y es intento, porque el poder no es una relación impositiva-unilateral⁴⁴. Por

⁴⁴ Sin embargo, cabría precisar, como señala Mouffe (2007: 57, 59), que la política no es un diálogo sin disputa; no es dialoguismo consensual purista, dado que el enfoque dialógico deja de ser radical si no se reconoce como diálogo en disputa: disputa por el dialogo y disputa por el sentido legítimo y legal que se genere. La política es más bien un consenso conflictual desde una perspectiva agonista. Su objetivo es una transformación radical de las relaciones de poder presentes por una nueva hegemonía. Para lo cual se necesita crear una cadena de equivalencias constituida por las diferentes luchas y movimientos, que tiende a formar una voluntad colectiva constituida por las voluntades particulares de los movimientos

otro lado, el poder también se entiende como expresión simbólica de representaciones sobre la vida en común, que se manifiesta en rituales de reconocimiento recíproco entre los individuos que construyen una identidad colectiva (Lechner, 1983: 30, 46).

Así, asociado e inserto en la política, el poder se entiende como un proceso multidimensional, relacional, recíproco y asimétrico entre empoderados y sometidos, que permite a un actor social dominante de influir en las decisiones de otros actores sociales, favoreciendo la voluntad, los intereses y los valores del actor que tiene el poder y fortaleciendo el marco institucional desde donde se desarrolla esta dominación (Castells, 2009). De la misma forma, el poder puede entenderse como aquella capacidad que tienen los sujetos, los grupos o las instituciones de orientar sus prácticas buscando la consecución de sus intereses, y la capacidad para incidir en el curso de los acontecimientos y de afectar los resultados de éstos (Thompson, 1998) .

El poder se construye a partir de decisiones coactivas/impositivas o persuasivas que buscan afianzar la dominación, favorecer la estabilidad institucional y construir legitimidad. La persuasión desde el poder se realiza mediante la construcción de significados compartidos a través de discursos, con los cuales se procura el consentimiento de los otros actores respecto a valores, intereses, ideas y formas de actuar. Así, se puede decir que el poder se produce y reproduce en las relaciones sociales y en las formas organizativas a través de la violencia, los discursos disciplinarios, la institucionalización de las relaciones de poder y el proceso de legitimación. El poder posee, entonces, un carácter relacional, y está determinado por vínculos entre actores en los que intervienen diversas esferas de la actividad social, lo que se traduce en que el poder mismo se manifieste como multidimensional. De esta manera, las relaciones de poder son aquellas que permiten a unos actores lograr sus objetivos y ejercitar el dominio sobre otros, y contra los valores e intereses de esos otros. Así, el empoderamiento de un actor es siempre un empoderamiento contra otro actor, el cual busca desarrollar su capacidad de resistencia (Castells, 2009: 25, 34, 37, 38).

singulares, voluntad que permite definir el nosotros y el ellos. Esto, en el fondo, conduce a una radicalización de la democracia.

1.12.9 El concepto de *poder simbólico*.

En la medida que hay espacio social, existe la lucha entre dominantes y dominados, donde cada cual busca hacer dominante su propia verdad (Bourdieu, 2000a: 94). Así, el poder simbólico es aquel poder capaz de hacerse reconocer, no por la fuerza física, y sí por el sentido y el conocimiento: el poder simbólico es aquella capacidad de agentes o instituciones para construir representaciones de la realidad, buscando definir su propia identidad, además de otorgar un sentido de tipo inmediato al mundo. Además, se presenta como un poder invisible que procura hacer ver, creer y actuar a otros agentes en función de su propia visión. Es así, que el poder simbólico opera como un poder constructor del mundo y de grupos e instituciones: inculca visiones, construye realidades, preserva o transforma principios y otorga poder a aquellas palabras usadas para describir realidades y representarlas. Aun más, se manifiesta en el cuerpo y en los automatismos del cerebro (Bourdieu, 2000: 118, 124; 2002: 210).

Los símbolos⁴⁵ dominantes pueden definirse como aquellas herramientas de conocimiento y comunicación que hacen posible a cierto tipo de agentes el consenso sobre el sentido del mundo social, lo que les permite favorecer la integración y reproducción del orden establecido (Bourdieu, 2000: 92). A esto se puede agregar que el sistema simbólico hegemónico está constituido por el conjunto de instrumentos que en la medida que son estructurados pueden cumplir una función estructurante de comunicación y conocimiento. Cubren el papel político de ser medios de imposición o legitimación de la dominación de

⁴⁵ Para Sádaba (2008: 138, 177), los símbolos son construcciones socioculturales arbitrarias, convencionales y con intencionalidad. Son elementos públicos observables, que median la interacción social cotidiana y los intercambios de sentido/comunicativos entre individuos-individuos e individuos-medios. En las interacciones sociales, los símbolos adoptan formas de representación compartida de realidades ausentes, y se constituyen en una herramienta fundamental para desarrollar procesos comunicativos. De esta forma, al mismo tiempo que son un producto social, a través de la significación compartida que posibilitan, se configuran como realidades con la que los individuos coexisten en su vida cotidiana, y de esta manera aparecen como importantes elementos dinámicos constitutivos de la sociedad y la cultura donde operan. Al mismo tiempo, los símbolos se constituyen en guías que dotan de sentido las acciones de los individuos, incluidas sus acciones comunicativas. En este sentido, evocan y sintetizan la realidad; expresan el mundo y lo modelan, y actúan como modelos de y para la realidad (Sádaba, 2008: 138, 177).

una clase sobre otra. Son una forma de violencia simbólica, en la medida que refuerza la propia fuerza que posibilita la domesticación de los dominados⁴⁶.

El poder simbólico resulta de las batallas individuales y colectivas que se desarrollan entre clases y fracciones de clase que buscan imponer la definición del mundo que más conviene a sus intereses; alcanzar, mantener, reforzar, debilitar o destruir el monopolio de la violencia simbólica legítima, como capacidad de inculcar instrumentos arbitrarios de conocimiento y de expresión de la realidad social; y poseer el poder de nombrar, de establecer una representación de sí mismos, y de apropiarse del monopolio de la violencia legítima, deslegitimando simultáneamente otras visiones (Bourdieu, 2000: 94, 95, 123; 2008: 41). Sin embargo, los sistemas simbólicos dominantes hacen aparecer el origen de su primacía en las relaciones de sentido (desplazamiento), cuando lo que realmente ocurre es que provienen de una determinada relaciones de fuerza. Por eso es que podemos hablar de legitimidad de una institución, una acción o un uso, cuando éstos son dominantes y desconocidos como tales, lo que quiere decir, que son sólo tácitamente reconocidos (Bourdieu, 2000: 91, 94, 98; 2000a: 110).

Por estas razones, la descripción interaccionista de las relaciones sociales comunicativas es insuficiente, pues es necesario entender que la interacción entre los agentes tienen como base relaciones objetivas entre las lenguas correspondientes a la forma concreta de comunicación y entre posiciones también objetivas de los agentes constructores y portadores de esas lenguas en el campo comunicativo. Es así, que se hace indispensable entender el discurso en los contextos del campo social donde se construye y circula. Además hay que comprenderlo como parte del trabajo de un grupo en un campo con sus condiciones sociales determinadas de construcción, que es desde donde se define lo que se puede decir y no decir. Podemos entender, entonces que las visiones y las divisiones tienen carácter plural, porque proceden de una realidad al mismo tiempo indeterminada y determinada por la estructura social de agentes e instituciones; y de visones que proceden de las diversas posiciones en el campo. Entonces, la existencia del poder simbólico sólo puede explicarse si se va más allá de los sistemas de representaciones, y se atienden las

⁴⁶ La violencia simbólica se entiende como aquella que se ejerce sobre los espíritus, manipulando sus estructuras cognitivas. Es un tipo de violencia que se ejecuta contando con la complicidad tanto de quienes la reciben como de quien la ejecutan, dado que, por lo general, ambos agentes no son conscientes de ello (Bourdieu, 1997: 22; 2002: 466).

relaciones objetivas existentes en el campo social entre aquellos agentes e instituciones que poseen el monopolio del poder y lo ejercen, y aquellos agentes dominados que sufren el poder. Esto se comprende en la medida que el poder simbólico implica una lucha entre agentes e instituciones que mantienen posiciones asimétricas en el espacio social, resultado de la desigual distribución de capitales. Esta desigualdad vuelve a aparecer en el terreno de la disputa por el establecimiento de la visión dominante sobre la realidad (Bourdieu, 2000: 98, 118-119; 2000a: 126, 140).

Bajo estas condiciones, en la lucha por el poder por construir una visión del mundo conocida y reconocida, la balanza se inclinará hacia aquellos agentes que mayor capital simbólico tengan acumulado, y aquellos cuyas visiones se aproximen más a la realidad. Por otro lado, el poder simbólico tiene existencia bajo circunstancias donde los agentes dominados mantienen la creencia sobre la legitimidad de algo o alguien; y donde la visión de los dominados se encuentra deformada en un sentido doble, por el uso de categorías dóxicas provenientes de las estructuras objetivas del mundo, y por el hecho de moverse en las formas establecidas de visión dominantes. Esto significa que este poder simbólico “invisible”, sólo puede ejercerse si existe la complicidad de quienes padecen la dominación y no quieren saber que lo sufren o que incluso que lo ejercen (Bourdieu, 2000: 88, 98, 118).

1.12.10 El concepto de *significación* y de *sentido*.

Significación se concibe como “el proceso de simbolización o conjunto de procedimientos mediante los cuales los sujetos dotan, intersubjetivamente, de sentido a la realidad” (Reguillo, 2003: 21) en contextos históricos estructurales que sirven de referencia para esa labor de simbolización. Por otro lado, En esta investigación el *sentido* o *significación* se entendió como una construcción social y cultural compartida por un grupo de individuos. El *sentido*, adopta la forma de significados, construcciones simbólicas e imaginarios, contruidos desde otras significaciones preexistentes, que cargan de *significación* a los objetos y a los hechos. El *sentido* se desarrolla en condiciones históricas específicas, y es resultado de procesos intersubjetivos que se configuran desde estructuras sociales concretas (Vizer, 2003; Schütz, 1993; Fuentes Navarro, 2004). El *sentido* es

resultado de la conjunción de una combinación de procesos entre los que se cuentan la estructura de la que emerge; la capacidad de desciframiento de un destinatario; y el horizonte de comprensión compartido entre el destinador y el destinatario. En tanto, señala Galindo (1991: 47, 51; 1991a: 199-200), que el *sentido* otorga significación, da consistencia a aquellas prácticas ya realizadas, las que se hacen y las que se piensan desempeñar. El *sentido* sirve para identificar y distinguir el mundo de los objetos. Está presente en todo comportamiento y en toda situación social. Cumple la tarea de ser la armazón de todo orden social. El *sentido* es lo que conduce a las formaciones sociales; lo que se mantiene como campo de tensión; lo que une lo diverso; lo que se presenta como distinto en la identidad. El *sentido* proporciona lugar y tiempo, ser y devenir a los humanos. Es condición para la existencia del mundo. Es medio para mirar, pensar, entender, dudar, creer y recordar. A partir del *sentido social compartido* los individuos buscan interpretar el mundo, actuar en él y dar sentido a su existencia (Palomar, 2001). Es así que *sentido* se asocia con el ámbito de la cultura, el cual engloba a la sociedad (sistemas sociales) y a los individuos (inter-trans-subjetividad) (Vizer, 2003: 87). Es a través de esta inter-subjetividad (cultura como sentido compartido grupalmente) que el mundo social vivenciado por la persona se presenta como algo compartido por sus congéneres, como una realidad de mundos de *sentido* compartidos (Schütz, 1993: 169). Es en este terreno que Fuentes (2004: 44-45), asocia sentido con la producción intersubjetiva-social, donde la comunicación es uno de los factores que median en el intercambio entre los sujetos, y se constituye en una forma en que los sujetos comparten sus interpretaciones sobre los entornos. Sin embargo, Reguillo (1999), añade que “el sentido no es una propiedad del discurso, sino una facultad del actor histórica y socialmente situado”.

Una vez establecidos estos presupuestos, y tomando en cuenta el criterio de historicidad considerado para el desarrollo de este trabajo, se hizo necesario avocar nuestros esfuerzos para caracterizar los contextos en que se ubica el problema de investigación que se construyó, y cuyos procesos se expusieron a lo largo de este primer apartado de exposición. En el siguiente capítulo daremos cuenta de los resultados obtenidos en esta tarea.

Capítulo 2. Lo mundial, lo nacional, lo regional y lo local como contextos.

Las relaciones burguesas de producción y de cambio, las relaciones de propiedad, toda esta sociedad burguesa moderna, que ha hecho surgir como por encanto, tan potentes medios de producción y en cambio, se asemeja al mago que ya no es capaz de dominar las potencias infernales que ha desencadenado con sus conjuros (Carlos Marx).

Establecer los contextos implica pensar los elementos que nos aproximen a la comprensión de la configuración comunicacional en que se ubica nuestro estudio (Mattelart, 1995), la cual se estructura a partir de distintas dimensiones (política, económica, social, tecnológica, cultural) y escalas (local, regional, nacional, internacional). De ahí que contextualizar nuestra realidad de estudio es un requisito básico para poder comprenderla. Es bajo esta consideración que en este capítulo presentamos una descripción y una problematización de los contextos generales, nacionales y locales que a nivel social, económico, político, cultural, tecnológico y mediático rodean y se hacen presentes en el objeto de estudio de esta investigación. Al hablar de los contextos en los que se ubicó la realidad de investigación partimos de la idea de Laclau (1996), que señala que los contextos no existen, sino que se construyen. Al posicionarnos analíticamente en la zona metropolitana de Guadalajara se definió lo que se consideró particular/local, y se diferenció, sólo en el pensamiento, de lo que es nacional o internacional/global.

2.1 Contextos generales.

Esos contextos a los que se hace referencia son aquellos que permiten identificar un mundo que se desenvuelve bajo diversos procesos de globalización capitalista (Santos, 2003: 62, 86) que favorecen un entrecruzamiento de tendencias de integración y fragmentación, contradictorias, que operan desde un marco general global, y se manifiestan dentro de una realidad particular. Estos procesos son desiguales; rebasan las fronteras de los Estados nacionales (Beck, 1998: 46, 56, 59); y se presentan como un entretejido de redes (Van Dijk, 2006), que favorecen la transnacionalización de políticas, espacios, tiempos, sujetos, prácticas, interacciones y representaciones. Estos procesos de globalización asumen



la forma de universalizaciones de experiencias particulares. Son procesos de globalización donde emergen formas hegemónicas, que se manifiestan como localismos globalizados resultantes de procesos donde entidades locales globalizadas extienden su radio de influencia globalmente, con lo que adquieren la capacidad de designar a una entidad rival como local (Santos, 2003). Son globalizaciones, cuyas formas de anclaje específicas, se articulan a otros tiempos y a otros espacios; y son portadas por diferentes sujetos, que realizan otras cosas, con otras interacciones (Beck, 1998: 52). Globalizaciones que desvinculan y re-vinculan a los sujetos a nuevas formas de vida. Globalizaciones que son glocalizaciones como síntesis de las presiones globalizadoras y localizadoras.

Son macro/contextos marcados por una revolución informacional, digital y de telecomunicaciones que se caracteriza por su velocidad, bajo costo, alcance mundial, deslocalización y des/temporalización de procesos y sujetos. Es una revolución que genera la infraestructura para el mantenimiento y la expansión de intercambios de todo tipo, y da pie a condiciones históricas de predominio de conocimientos generadores de tecnología que producen conocimiento (Castells, 1999).

En este marco, la televisión se erige en un vehículo de poder simbólico fundamental para mostrar lo social y sus valores (Villamil, 2005: 125), basada, cada vez más en contextos de transformación que llevan a la convergencia y a la digitalización, que entrecruzan señal terrestre, por cable, satelital e internet y posibilitan el ofrecimiento simultáneo de servicios de Internet, video a demanda, telefonía, transmisión de datos y alta definición, entre otras cosas (Esteinou, 2007; Moragas y Prado, 2007).

Por otro lado, se destaca la presencia de una producción mundial, desde empresas mundiales y, a su vez, con una mundialización de las actividades económicas, que hacen posible la emergencia de una plusvalía globalizada, resultado del manejo empresarial de los conocimientos científicos y las técnicas; donde la competencia se transforma en competitividad (Santos, 2004).

Estos procesos se encuentran impregnados por proyectos neoliberales que marcan las esferas mercantiles, políticas, relacionales y doméstico/familiares (Adelantado, 2000) teniendo como referencia una estrategia global contenida en el Consenso de Washington¹.

¹ Las políticas del consenso de Washington se centraban en minimizar el papel del Estado, mientras que enfatizaban la privatización (la venta de empresas públicas al sector privado), la liberación del comercio y del mercado de capitales



Estos proyectos poseen un carácter eminentemente capitalista, y operan bajo una lógica de racionalidad económica instrumental con la descentralización y la privatización como mega/tendencias, que favorecen el recorte en las responsabilidades del Estado; la mercantilización de los servicios sociales; la implementación de políticas de focalización; y el reemplazo de políticas públicas por proyectos privatizadores (Fligueira, 2006: 29).

Han sido estos proyectos neoliberales los que se han presentado en los diferentes países del mundo en la alternativa hegemónica, en la opción universalmente única, necesaria, posible, legítima e inevitable en los contextos presentes, en los últimos treinta años (Fariñas, 2005: 51, 68; Ayora, 2007: 136). Este tipo de proyectos neoliberales otorgan al mercado el lugar de referente central de toda manifestación económica, sociocultural y política en tanto dispositivo obligado de integración².

Por otro lado, el orden estatal pretende aparecer como el único regulador de las relaciones sociales y creador de las condiciones de desarrollo del capital financiero internacional (Delamata, 2005: 7; Santos, 2004). De esta manera, reconocemos un horizonte global de dinámicas de expansión mundializada capitalista neoliberal, que bajo criterios occidentalistas/capitalistas, ha generado tiranía del dinero (Santos, 2004), ajustes estructurales, desregulación y predominio de los organismos financieros internacionales (Fariñas, 2005:34, 47). Ha provocado pobreza estructural generalizada, permanente, global y naturalizada (Santos, 2004) y desarrollos desiguales que se manifiestan en asimetrías y polarizaciones sociales, culturales, económicas e informativo/comunicativas; y ausencia de garantías en servicios distributivos, homogéneos y de calidad para los pobres. Estas tendencias mundiales de privatización y desregulación han trascendido y han alcanzado a los medios de difusión masiva (Ortega, 2003).

Políticamente, estos contextos han generado el debilitamiento de las instituciones paradigmáticas de la sociedad moderna (Thompson, 1998; Reguillo, 2005), y ha provocado el des/favorecimiento de la equidad, la democracia, la sustentabilidad y la ciudadanía. Particularmente, el Estado se ha visto limitado en su capacidad para la toma de decisiones y

(eliminando las barreras comerciales y los impedimentos a la libre circulación de capitales) y la desregulación (eliminando la norma de conducta en los negocios)” (Stiglitz. 2002: 55)

² Al neoliberalismo Bourdieu (2002: 434-436) lo asocia a una revolución conservadora de nuevo tipo que se fundamenta en principios de razón, regularidad económica de mercado, fatalismo económico y concentración de la riqueza en pocas manos.

de regulación económica y social, todo ello en el marco de una crisis de la legitimidad política (Castells, 2009).

El conjunto de estas transformaciones se han traducido en nuevas formas de asistencialismo, corporativismo, dualismo y exclusión (Fligueira, 2006: 20, 21, 23); han producido rupturas de los vínculos sociales tradicionales, resquebrajamiento de las estructuras societarias y fragmentación social y de las identidades; en predominancia del consumo y debilitamiento de la solidaridad, en la medida que el neoliberalismo crea las condiciones y fomenta el individualismo, la intimidad y el regreso a la privacidad.

Por su parte, la política se manifiesta como presente continuo de acontecimientos sin duración; como dislocación de territorio y pérdida de capacidad de articulación (Martín-Barbero, 2004). Con todo ello se han debilitado las expresiones de la vida pública (Álvarez, 2000: 54-55), y ha prevalecido un déficit democrático, en la medida que se prioriza, en el mejor de los casos, las expresiones de democracias formales, instrumentalmente funcionales³. En fin, se vive en contextos de vulnerabilidad planetaria en todos sentidos (Santos, 2004; Fariñas, 2005: 41, 43, 78, 86, 99). Es así que apoyándonos en Lechner (1983: 29) podemos decir que se vive en contextos complejos de despolitización, a-politización y nuevas politizaciones⁴.

Comunicativamente, la sociedad comienza cada vez más a observarse a través de la pantalla de televisión. Lo que se entendía por *lo privado/público* comienza a perder su sentido. Ya no se puede asociar de manera sencilla con determinados lugares o acciones. Pero aún esta auto-observación que desarrolla la sociedad tiene varios problemas. La televisión no permite un real reconocimiento de la sociedad a través de la pantalla, porque

³ La crisis de la política se manifiesta en fenómenos como predominancia del mercado; disminución del poder del Estado; cuestionamientos de la eficacia de las políticas públicas del Estado; crisis de los sistemas de representación social y política; debilitamiento de las identidades políticas y de las alternativas de izquierda; incremento en la preocupación por los efectos de la globalización; la búsqueda de una regulación social intermedia entre el Estado y el mercado (Ortega, 2006: 24-25)

⁴ Según la Cuarta Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (2008) a un poco más de la mitad de los entrevistados no les interesa la política por parecerles complicada, por no sentirse considerados y por creer que quienes hace las leyes piensa más en sus intereses. La mitad de los mexicanos creen que en México se vive en democracia, y la tercera parte dice estar satisfecha con esta forma de gobierno. Se considera que en el país se respeta la ley. Siete de cada diez personas reconocen haber votado en las elecciones. La confianza de los entrevistados se encuentra depositada en su familia (93%), en la Iglesia (72%), el ejército (67%) y el IFE (66%). Las instituciones en las que menos creen son los sindicatos, la policía y los partidos políticos. A pesar de todo más de la mitad de los mexicanos confían en sus gobernadores y en el Presidente de la República. Sin embargo, también se establece que el gobierno está más cerca de uno que se impone a uno que consulta. Cfr. <http://www.encup.gob.mx/encup/?page=cuarta-encup>



lo que se presenta en ella no es la realidad, sino una representación que se hace de lo social, desde una posición estructural, discursiva y de intereses de grupo o clase muy específica⁵. Así, la televisión, pudiendo ser un instrumento de democracia directa, funciona como un medio de violencia y opresión simbólica (Bourdieu, 2002: 496). Por otro lado, la publicitación de los asuntos privados busca hacer creer a la sociedad que está conociéndose, cuando en realidad la visibilización de *lo social-privado* sólo se puede conseguir mirando lo que se tiene frente a sí pero ensayando otra mirada.

De la misma manera, se hacen presentes contextos de desarrollo de una nueva forma de comunicación socializada, denominada por Castells (2009) autocomunicación de masas. Esta es un tipo de comunicación masiva individual, multimodal, autogenerada: masiva por su alcance a públicos amplios; multimodal, por ser digitalizada, de software social, capaz de reformatear contenidos, distribuida por redes inalámbricas; de contenido autogenerado, de emisión auto/dirigida y de recepción auto/selectiva, que posibilita la comunicación de muchos y entre muchos. Estas condiciones han creado un nuevo ámbito y medio de comunicación compuesto a partir de redes informáticas, con lenguaje digital y con destinatarios que tienen ubicación planetaria y son globalmente interactivos.

Comunicativamente, también se está en un mundo donde el poder se ha convertido en el poder de la información y de la comunicación. Donde la política se ha transfigurado en política mediática. Y este espacio ha terminado por convertirse en espacio de disputa por la opinión pública, en tanto expresión social de significado (Castells, 2009). Otro contexto comunicativo es el desarrollo de las redes de comunicación horizontales, que forma parte de las denominadas formas de auto/comunicación de masas.

Es este globalitarismo (Santos, 2004) y la propia dinámica estructural neoliberal las que han modificado el sentido de *lo público* y *lo privado*. La frontera entre estas dimensiones ahora se expresa borrosamente, y se encuentra marcada por tensiones. Por un lado, de la misma manera que *lo privado* se amplía, *lo público* se constriñe (Fernández, 2003). Por el otro, cada vez más *lo público* tiende a privatizarse, en tanto *lo privado* se inclina a publicitarse como recurso mediático de obtención de *rating* y ganancias. Este

⁵ Ice Ortega que "(...) la decisión sobre qué ha de conocer la sociedad de entre todos los acontecimientos que ocurren y quiénes tienen el privilegio de expresarse en ella, depende de la decisión y los intereses de unos cuantos –de aquellos que controlan la televisión-. La accesibilidad al medio es entonces limitada y el interés general o colectivo se reduce a los estándares particulares o al gusto que unos cuantos imponen a las audiencias de la televisión" (2006: 41)



retorno al mundo privado ha generado una tendencia a la degradación de la vida pública, (Álvarez, 2000: 54-55). Estos son contextos que han favorecido el desarrollo de movimientos a nivel planetario que abogan por transformaciones económicas, sociales, políticas, culturales y ambientales, y que adoptan diferentes formas de lucha y se plantean objetivos diversos (Santos, 2007: 45, 47, 49)⁶.

2.2 Sociedades de red como contextos: poder y contrapoder.

Es así que adquiere relevancia la definición que realiza Castells de los entornos actuales caracterizándolos como de sociedades red. A éstas las define como arquitecturas multidimensionales-globales de redes auto/reconfigurables, programadas, reprogramadas y conectadas a partir de estrategias de asociación y competencia. Estas redes operan en función de los intereses y los valores de los actores empoderados. Son redes desde y para el poder, para la producción y apropiación de valor, trabajo, comunicación y cultura, que operan bajo lógicas concretas en todas las manifestaciones de la actividad humana. Entonces, las sociedades red son resultado de las diferentes geometrías y geografías que configuran las actividades sociales básicas. Son resultado de una interacción entre redes dominantes y la geometría-geografía de desconexión de formas sociales que quedan fuera de estas redes. Estas sociedades están formadas por configuraciones concretas de redes globales, nacionales y locales, en un espacio multidimensional de interacción social que tienen sus repercusiones en las diferentes estructuras sociales concretas. Además, se desarrollan en contextos donde se imbrican una estructura social global de redes financieras, mediáticas y políticas, y experiencias territorial y culturalmente locales (Castells, 2009: 44, 51, 53-54, 55, 547).

Pero, como no existe el poder sin manifestaciones de contrapoder, la misma sociedad red crea las condiciones de resistencia al poder hegemónico. De ahí que ocurran procesos de enfrentamiento y negociación entre las formas de poder y dominación institucionalizadas, y las formas de contrapoder y contra/dominación, entendidas como esa

⁶ Es aquí donde se ubica la importancia de transformaciones en las relaciones políticas en ciertos gobiernos del mundo generados por la difusión de información desde un agrupamiento como Wikileaks, con su líder, Julián Assaange, que tomando como puente a los diarios, ha colocado en el terreno de *lo público*, asuntos que se habían mantenido como privados, bajo el argumento del secreto de Estado, la seguridad nacional o el secreto bancario.

capacidad de un actor social de resistir y desafiar a las primeras. Este enfrentamiento se decide cada vez más en el campo de la comunicación, en la medida en que ésta, junto con la información, se ha constituido en fuente fundamental de poder y contrapoder, de dominación y de cambio social.

Así, en este estudio se entiende el contrapoder como un intento deliberado de actores sociales por cambiar las relaciones de poder, reprogramando las redes en torno a intereses y valores alternativos, interrumpiendo las conexiones dominantes e interconectando redes de resistencia y de cambio social. El contrapoder implica una construcción independiente de significados, lo que se ve favorecido por las redes de comunicación de internet, que son las que posibilitan que se desarrolle la llamada autocomunicación de masas. Es este un tipo de comunicación autogenerada, autodirigida y autoseleccionada; donde el individuo es quien genera el mensaje y selecciona a sus destinatarios; y apoyado en internet como base tecnológica concreta sus mensajes en hipertextos digitales, complejos e interactivos, que combinan las diferentes expresiones culturales que entran en interacción y las hace llegar a audiencias potencialmente globales en tiempo real (Castells, 2009: 88, 108, 552, 553).

La autocomunicación de masas tiende a aumentar la capacidad y la autonomía de la audiencia para producir sus propios mensajes. Esto se traduce en la constitución de redes de comunicación horizontales, donde operan sujetos comunicativos que determinan el contenido y el destino de sus mensajes, y son emisores y receptores de flujos de mensajes multidireccionales. Sujetos que en la medida que se construyen como ciudadanos, se constituyen en audiencia creativa que remezcla los mensajes y códigos dominantes con los propios proyectos de comunicación.

A través de la autocomunicación de masas se trata de construir la mente pública mediante la interconexión de mentes individuales. Esto desarrolla un potencial de desafío al control empresarial de las comunicaciones, y puede cambiar las relaciones de poder en la esfera de la comunicación. Sin embargo, esta tarea exige de los actores sociales contra/hegemónicos conocer a los detentadores del poder en sus redes, sus interconexiones globales y sus operaciones locales, y las formas en que dicho poder se manifiestan, para así, desafiarlas y neutralizarlas. Con esto se muestra que las tecnologías pueden utilizarse tanto para la opresión-dominio, como para la liberación; para conectar y desconectar, incluir y

excluir, dependiendo de sus programas y su configuración. Entonces, se puede mostrar que la importancia de una tecnología no se encuentra en la tecnología misma, sino de la apropiación que de ella hagan los individuos para satisfacer sus necesidades y las de sus culturas (Castells, 2009: 181, 189, 397, 470, 542, 552).



2.3 Los medios de comunicación como contextos.

Para comprender el peso que tienen y el papel que cumplen los medios en una sociedad red es necesario primero hacer una diferenciación entre sociedad mediática y sociedad mediatizada. Desde la perspectiva de Verón (2001: 13-16, 20, 34), en la sociedad mediática los medios son dispositivos generadores de sentido; cumplen un papel de estructuración y mediatización de las funciones de las instituciones, los conflictos, las prácticas y la cultura; y operan como espejo donde la sociedad se refleja y se comunica. En una sociedad mediatizada las tecnologías de la comunicación echan raíz en el tejido social; los medios generan nuevos espacios imaginarios, que tienden a autonomizarse, a producir eventos de lo real-social, y a administrar las interfaces y las negociaciones entre diferentes discursos. Pero a pesar de la preponderancia de la faz tecnológica de los medios es fundamental no perder de vista su dimensión sociológica.

Bajo esos criterios, la sociedad red puede considerarse como una sociedad mediatizada, donde las conexiones y las programaciones de las redes globales son las formas privilegiadas de ejercitar el poder; de donde resulta que las redes de comunicación sean centrales en el desarrollo de esta tarea (Castells, 2009: 84, 85, 551). De esta manera, el poder en la sociedad red es el poder de la comunicación, que es la que sirve para programar y realizar las conexiones en red, favorecida por la brecha digital entre las clases y grupos sociales. De ahí que se pueda decir que las redes no son sólo para comunicarse, sino además para posicionarse e imponerse en la comunicación, para construir poder y contrapoder político. Los distintos agentes sociales usan las redes de comunicación como plataformas para construir significados y así hacer avanzar sus proyectos, intereses y valores. De la misma manera, estos agentes buscan la interconexión de redes en tanto gestión de interfaz entre ellas. El control de esta capacidad de interconexión, generado por enlaces, define el *poder de conexión*, que es una forma capital de poder en este tipo de

sociedad (Castells, 2009: 9, 52, 542, 543). Por eso es que para Castells, el control y el poder de la comunicación se ubican en el centro de la estructura y la dinámica social (2009: 23). Para él, dicho poder se ejerce fundamentalmente mediante la construcción de significados en la mente humana a través de los procesos que tienen lugar en las redes multimedia globales-locales de comunicación (2009: 535). Así, la comunicación de masas se configura y gestiona a través de relaciones de poder con base en los medios y el Estado.

Es de esta manera, que en contextos de sociedades red, los medios de comunicación se caracterizan por la formación de redes globales (financieras, publicitarias, políticas, culturales) de empresas multimedia interconectadas que se organizan en alianzas estratégicas. El éxito de estas redes de medios de comunicación depende de su capacidad de conectarse a otras redes; de funcionar de acuerdo a una lógica empresarial de concentración, que corresponde a la concentración de poder que ocurre en la sociedad; de las transformaciones que se operan en sus plataformas de difusión, mediante el uso de internet, lo que les lleva operar como medios multimodales e interactivos; del ofrecimiento de diferentes productos en una plataforma de difusión y un solo producto en distintas plataformas; de la maximización de sus ingresos por publicidad al ampliar y segmentar sus audiencias potenciales, mediante la transferencia de contenidos en distintas plataformas; de la construcción de la economía de sinergias óptimas entre las redes internas de medios; y de la presencia de una política reguladora que libera gradualmente el control de los gobiernos nacionales sobre los medios a favor de ciertos grupos empresariales (Castells, 2009: 25, 101, 109, 110, 112, 113, 136, 159, 179).

De esta manera se destaca el que los medios no son sólo recursos técnicos, sino además mediadores de procesos “que actúan a través del lenguaje y de la imagen” (Boventer, 1995a: 54). Particularmente, en estos contextos, la política se hace en y a través de los medios. Además que las reglas de juego político dependen de los modelos de negocios y de las relaciones con los actores políticos y la audiencia (Castells, 2009: 261, 263).

Bajo estas condiciones, la importancia de los medios de masas no radica exclusivamente en su función de circular información, sino en la lógica de ganancia sobre la que operan, el tipo de estrategias que utilizan para lograr este propósito y el poder que constituyen. Esto adquiere relevancia en condiciones en que el derecho a saber y el derecho



a participar en la toma pública de decisiones, está condicionada, de manera definitiva, por los medios de masas, sobre todo la televisión (Páez, 2005: 98). De ahí que sea fundamental el procurar entender a los medios dentro de los contextos de historización y socialización en los que se despliegan, para de esta manera vislumbrar las formas en que, como parte de estos procesos, se re/articulan las dimensiones de *lo público/privado*.

En este sentido, hablar de *espacio público* implica considerar por lo menos dos grandes aspectos: uno, el discurso de los medios, que incluye el quién, qué, cómo, cuándo, dónde, a quién y para qué lo dicen, y qué es lo que no dicen; y dos, la manera en que la producción de sentido desde y sobre el espacio público actual, tiene como procesos previos la existencia de comunidades generadas a partir del consumo de los productos de medios (Dahlgren, 1997: 262, 265).

2.4 La televisión como referente contextual.

Se partió de reconocer en este trabajo que, actualmente, por su alcance y penetración, la televisión sigue siendo el principal medio de comunicación de masas en este siglo XXI. Esto tiene que ver con varios aspectos: A) El hecho de que la televisión se desarrolle en un marco de concentración de propiedad de medios y cuente con plataformas técnicas de difusión (abierta, cable, satélite), de organización, de producción y de circulación de formas simbólicas de manera privilegiada, que la ha llevado a convertirse en un medio de emisión altamente diversificado, descentralizado y con gran capacidad de transmisión (Castells, 2009: 93), lo que la convierte, en términos de Thompson (1998: 30), en una institución paradigmática. B) El que la televisión se haya convertido en un espacio privilegiado de comunicación política, en la medida que, en palabras de Verón (2001: 9), en este medio toman forma los discursos que median en los vínculos que se establecen entre los ciudadanos y sus representantes⁷ C) El que la televisión se haya constituido en el escaparate donde los televidentes pueden reconocer las representaciones que asume el proyecto de la modernidad en sus manifestaciones particulares de

⁷ De ahí que la televisión se haya constituido en un escenario estratégico de poder en disputa continua, lo que hace que por éste pasen los conflictos que se presentan de forma decantada por el filtro de los intereses económicos y políticos dominantes.

modernización local y mundial. D) El que la televisión constituya un dispositivo expresivo y un espacio de recreación de lo público, donde los televidentes configuran patrones de significados compartidos y construyen su identidad. E) El que la televisión se haya convertido en gestora de los problemas sociales, en medio de la organización para la caridad pública y hasta de los problemas afectivos de los individuos (Dayan, 1997: 24); y, en definitiva, el que las personas recurran a la televisión no por los contenidos, sino por la expresividad de los relatos que ofrece (Rincón, 2001:14). F) El que la televisión se haya constituido en un medio de comunicación que combina difusión de masas con recepción personalizada⁸. G) El que la televisión tienda, cada vez más, a personalizar los productos, segmentar a las audiencias e integrar verticalmente a las emisoras en grandes corporaciones, lo que se ha traducido en uniformidad de contenidos, ofertados como aparentemente diferentes, aunque la diversidad de canales y programas no suponga diversidad de contenidos⁹ (Castells, 2009: 95, 100, 180). H) El que la televisión cumpla una función activa para reunir planetariamente a públicos de todas las latitudes en torno a un evento mediático simultáneo, que genera la impresión de que se es parte de un mundo que está mirando¹⁰ (Hallin-Mancini, 1997: 200, 203). I) El que las transformaciones multidimensionales de la comunicación sean expresión de las relaciones sociales y de poder y de las contradicciones de intereses y valores que subyacen al sistema de comunicación multimodal (Castells, 2009: 90, 91)¹¹. J) El que a través de la televisión los acontecimientos se convierten en representaciones simbólicas, organizadas y escenificadas bajo determinados criterios técnicos, comunicativos y políticos, que buscan el propósito de

⁸ La comunicación que genera la televisión es masiva, aunque desde las audiencias se opera una recepción personalizada, pero no individualizada, en la medida que cada televidente en particular pertenece a comunidades interpretativas más amplias, dado que éstas progresivamente tienen mayor capacidad para controlar su propia recepción.

⁹ Por otro lado, la influencia global se nota en la manera en que los mercados locales mediáticos importan programaciones y canales de empresas transnacionales y asumen el modelo de medios centrado en la empresa. De la misma manera importan programas y contenidos que se traducen a formatos locales (Castells, 2009: 130, 131).

¹⁰ Con esto, la televisión pretende convertirse en el nuevo espacio de gestión de la creencia mediante el uso de la imagen que convierte en testigo al televidente (Reguillo, 1997: 34). Aunque la significación que genera dicho evento no tiene un solo sentido, sino que sugiere diversas interpretaciones posibles (Veyrat-Masson, 1997: 243).

¹¹ En estas circunstancias, se parte del hecho de que la televisión se ha constituido en una mediación fundamental en la reconfiguración de *lo público/privado*. En este sentido es que la televisión también modifica el concepto de visibilidad y de invisibilidad. La televisión se presenta como el medio por excelencia de lo que es visible y de lo que existe; y logra que se consideren como existentes o inexistentes espacios, actores, temáticas, movimientos, etc., y en la práctica incide en la configuración social de identidades, interacciones y prácticas (Reguillo, 2000, 2002).



unificar, y reunir a los grupos sociales en torno a cierto tipo de valores y de identificación común, incluso más allá de las fronteras locales, los tiempos y la cultura propia¹². Todo esto favorecido por la tendencia de los sujetos a renunciar al espacio público y recluirse en el espacio privado, ante la erosión social y de sentido que prevalece. Es en este nivel que los noticieros televisivos y las noticias adquieren relevancia. Y como apunta Castells (2009: 121, 299), la política de los medios informativos se constituye en la actualidad en la forma más significativa de política mediática, donde prevalece la tendencia de dominio de las empresas mayoritarias de medios de comunicación en el mercado de noticias abiertas y en línea. Como corolario de esta reflexión presentamos las palabras con que Cebrián (2001: 79) caracteriza a la televisión:

“La TV es perceptual y concreta y no es capaz de expresar más que lo aparente. Asimismo es analítica y no sintética; y por sus facilidades técnicas para planificar o dislocar imágenes, para acelerar o demorar la dinámica de sus personajes, para aproximarlos a alejarlos, para dar énfasis o quitarlo, para crear una geografía y un tiempo artificial, todo ello en un mundo, el de la imagen, fragmentario y discontinuo, vertiginoso y fugaz, sin dar lugar tampoco a la reflexión del captador, hace que la noticia en TV sea otra cosa, aunque parta del mismo hecho que engendra la noticia en la prensa”

Es en estas condiciones que la televisión se ha constituido en un contexto fundamental en la re-configuración de *lo público/privado*¹³. Los noticieros televisivos cumplen una función primordial en esta interconexión. Considerando estos referentes es que se hizo necesario plantear que en el marco de estos contextos, en palabras de Verón (2001: 44) “la mediatización de la política es siempre asunto de interfaz entre lo político y la información”.

¹² A este respecto señala Mouchon (1997: 273): “Estar informado casi exclusivamente por la imagen no deja de tener sus consecuencias. La visión de la realidad compartida por millones de espectadores está sometida al filtro de una presentación que prefiere frecuentemente la dimensión afectiva y emocional (...) La imagen tiene una carga de interpelación más considerable que la palabra escrita: la fuerza de la imagen es siempre superior ‘al peso de las palabras’”

¹³ Gheude (1997:291) dice lo siguiente: “La televisión es un espacio de reunión. Esta reunión es pública. En ese lugar imaginario se encuentra el conjunto de la nación. Pero también es un lugar privado puesto que no soy yo quien va a esa plaza pública, sino que es la plaza misma la que entra en mi casa, en mi espacio familiar, privado, íntimo”. Y resaltando la importancia de la televisión pública, Patricia Ortega (2006: 45) señala que “La televisión es cada vez más un lugar público. Es público en la acepción de lo público como visible a todos, pero no lo es en la idea de lo público como aquello que está abierto o accesible a todos. En este contexto uno de los retos de los medios públicos, sobre todo en el caso de la televisión, será el de constituirse en un espacio de verdadero debate público”

2.5 Lo nacional como contexto.

La realidad de investigación se ubica en contextos nacionales caracterizados por la presencia de un gobierno federal que resultó de un proceso electoral del 2006 sumamente cuestionado, y que concluyó con la elección de Felipe Calderón como nuevo presidente de la república¹⁴. Se puede hablar de un contexto nacional que en lo económico se caracteriza por la caída de los ingresos petroleros y disminución de las remesas procedentes de los migrantes que radican en EUA. Para el tercer trimestre de 2010, se presentó un incremento en la deuda pública de un billón de pesos como resultado del repunte de las deudas interna (24%) y externa (35%)¹⁵. También se puede hablar de desempleo y de alza en los precios de los productos de la canasta básica. Todo esto se traducido en aumento de la pobreza y marginación de amplios sectores de la sociedad mexicana. Políticamente se vive en contextos de debilitamiento del Estado y las funciones de gobierno. Esto ha llevado a caracterizar como “Estado fallido” al comportamiento de esta institución en regiones conflictivas como las de Tamaulipas y Chihuahua. Reconocemos también que las diversas esferas políticas se encuentran impregnadas de corrupción y de vínculos con los grupos criminales de secuestradores y narcotraficantes. Socialmente se manifiesta un resquebrajamiento de los vínculos sociales y de convivencia en los espacios públicos resultado del aumento en las condiciones de violencia e inseguridad, todo esto bajo circunstancias de presencia del narcotráfico y de implementación de una estrategia de Estado definida bajo criterios de seguridad nacional y combate a la delincuencia organizada. El resultado de esta política ha dejado la secuela de más de 300 mil personas cuyos asesinatos se asocian al crimen organizado¹⁶ en lo que va de este sexenio, y procesos de des-territorialización y re-territorialización de comunidades completas que huyen de la violencia en sus localidades. Los asesinatos se han incrementado significativamente: en dos

¹⁴ La información circulada en este 2011 por Wikileaks evidencia no sólo los acuerdos políticos de partidos como el PRI y el PAN, sino también la forma en que el propio gobierno de Estados Unidos intervino en este proceso electoral.

¹⁵ Cifras del Informe del Tercer Trimestre del 2010 de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) proporcionadas por el periódico La Crónica, lunes 1 de noviembre del 2010.

¹⁶ En el periodo de 2006 a 2010 ha habido en México 34 mil 612 muertes asociadas al crimen organizado; esto es, 706 por cada mes de la administración de Felipe Calderón, una cada hora. De ellas, 30,913 han sido ejecuciones: 54 en diciembre del 2006; 2 mil 529 en 2007; 6 mil 172 en 2008; 8 mil 884 en 2009; y finalmente, 13 mil 156 en 2010. Recuperado el 15 de abril de 2011: <http://www.animalpolitico.com/2011/01/mapas-de-ejecuciones-en-mexico-2006-2010/>

años la tasa nacional vuelve a los niveles de 1991. Sube un 50% en 2008, y de nuevo 50% en 2009 (Escalante, 2011).

En el nivel de los medios de comunicación masiva se pueden anotar varias cuestiones. La industria televisiva en México sólo ha podido desarrollarse con el apoyo desde los diferentes gobiernos¹⁷. Es así también que la burguesía desarrolla procesos de institucionalización de los medios de comunicación, entendida como un proceso mediante el cual los medios han adquirido estructuras, funciones y expectativas determinadas (Álvarez, 2000: 56-57). La relación entre gobierno y televisoras ha estado plagada de disensos y consensos. Al interior mismo del campo mediático han existido tensiones entre sus actores, la más recientemente registrada es la que se desarrolla entre Televisa-TV Azteca en contra del monopolio de Telecel. Uno de los papeles de los gobiernos ha sido el de fungir como árbitros en busca de resolver esos conflictos, buscando siempre obtener beneficios políticos propios¹⁸. Las disputas entre Estado y la red de empresario de medios se han mantenido. En cada una de ellas se manifiesta una guerra de tensiones por la acumulación de fuerzas logradas y por lograr en ambos bandos. Véanse los siguientes ejemplos donde se constata el entrecruzamiento conflictivo entre campos como el político y el mediático-económico. Haciendo un recuento encontramos lo siguiente.

Si la televisión privada, con el auspicio del gobierno, se constituye formalmente en 1950, en contraparte, en mayo de 1952, el presidente Miguel Alemán inaugura las instalaciones televisivas de la UNAM. Mientras que en marzo de 1959 sale al aire Canal 11, un año después se publica la Ley Federal de Radio y Televisión, que ha favorecido a los empresarios de medios durante cerca de cinco décadas. A la intención del presidente Díaz Ordaz de cobrar a los empresarios un impuesto del 25%, éstos respondieron con chantajes, lo que hizo que finalmente este impuesto quedara fijado en 12.5%, y pagado con tiempos

¹⁷ “Los antecedentes del modelo que ha imperado en la televisión mexicana se remontan a la primeras décadas del siglo XX, con el surgimiento de la radiodifusión en nuestro país. Desde entonces fueron establecidas las primeras bases legales, políticas y de organización que sustentaron el desarrollo de lo que sería la industria, primero de la radio y luego de la televisión” (Ortega, 2006: 114)

¹⁸ Baste como ejemplo el hecho de que en el proceso que dio origen a la televisión mexicana hubo disputas al interior de la esfera privada/empresarial, entre tres magnates que buscaban controlar este medio: Rómulo O’Farril Silva, que representaba el sector empresarial ‘duro’ del país fue el que obtuvo la primera concesión, el Canal 4. Concebía a la televisión esencialmente como una industria tecnologizada; Emilio Azcárraga Vidaurrueta, un magnate de la radiodifusión al que se le adjudicó el canal 2, veía a la televisión como espectáculo/negocio; y Guillermo González Camarena al que se le otorgó la concesión del Canal 5. En 1973, con la intervención del gobierno, se logró la unión de Telesistema Mexicano y canal 8 de Monterrey, para dar lugar a la formación de Televisa (Hernández y Orozco, 2007)

fiscales (tiempos de uso gubernamental de espacios televisivos). Como una manera de enfrentar su disputa con el Grupo Monterrey, el presidente Luis Echeverría Álvarez fortaleció el Canal 8 de esa ciudad. El gobierno de López Portillo creó la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), como órgano regulador de contenidos, de cumplimiento de los tiempos fiscales, pero también como elemento de presión sobre los concesionarios de medios electrónicos (Villamil, 2005: 66). A la creación de Televisa, el Estado respondió con la adquisición de Canal 13. Ante la privatización salinista de este mismo canal, su conversión en TV Azteca (julio de 1993) y el otorgamiento de más de 200 concesiones a Televisa y Tv Azteca (Villamil, 2005: 67), el propio Salinas de Gortari hace que comience a funcionar la opción cultural representada por Canal 22 (junio de 1993) y otorga la concesión a Canal 40, en banda UHF¹. Durante el gobierno de Fox, los medios utilizaron el chantaje de los videos que daban cuenta del diálogo telefónico entre el presidente de México y Fidel Castro, a cambio de un mejor tratamiento del gobierno en las pantallas televisivas, los empresarios de medios exigieron la eliminación del impuesto de 12.5% al tiempo de transmisiones de las radiodifusoras y televisoras privadas; la eliminación de la empresa CNI canal 40 y; reformas a la Ley de Radio y Televisión convenientes a los intereses de los empresarios mediáticos. Los resultados fueron evidentes. La cobertura del trabajo del presidente mejoró en el tratamiento. El impuesto del 12.5% se eliminó en octubre del 2002; se creó un nuevo reglamento de la *Ley Federal de Radio y Televisión* donde se permitía la “autorregulación” de los concesionarios privados y mantenía la discrecionalidad en el otorgamiento de concesiones; y a finales de ese año se presentó la incursión violenta en las instalaciones de canal 40 (Hernández y Orozco, 2007; Villamil, 2005).

La burguesía mexicana ha aceptado el dominio del aparato gubernamental a cambio de que éste garantice sus privilegios económicos. Es así que a una burguesía de medios, con subsidios, ayudas, marco legal favorable y control político de los trabajadores, el Estado la ha convertido en una clase económicamente poderosa¹⁹. Es uno de los poderes fácticos más

¹⁹ En este tenor se entiende la manera en que los presidentes Miguel Alemán, Ruiz Cortines, López Mateos y Díaz Ordaz brindaron apoyo al grupo empresarial de Azcárraga Vidaurrueta. Más adelante el consorcio de Azcárraga Milmo se benefició con la puesta en operación, en junio de 1985, por parte del el gobierno de Miguel De la Madrid, de los Satélites Morelos I y Morelos II (Villamil, 2005: 33).

fuertes y discrecionales del país. Es un espacio formador de opinión pública por excelencia (Villamil, 2005: 51).

El curso seguido por la televisión en México en la segunda mitad del siglo veinte ha estado marcado por la intervención del Estado²⁰. Sus políticas han favorecido a la televisión privada al mismo tiempo que ha buscado apropiarse del sentido de *lo público*. Respecto a la televisión pública²¹, los diferentes gobiernos, como parte del campo político, han intervenido directamente en la producción, transmisión y administración de la televisión mexicana en tanto componente de la esfera mediática²². Todo el proceso de institucionalización²³ de la televisión pública con base en la ausencia de un marco jurídico propio, se ha traducido en un estatus legal desventajoso, de indefinición e indefensión. La televisión pública en México ha sido estatuida como televisión permitida, objeto de discrecionalidad, control gubernamental y precariedad económica, y con problemas de cobertura, frecuencia y alcance. Esta situación se ha traducido en la concentración de esos permisos en manos de gobiernos estatales²⁴; en el fortalecimiento de un aparato

²⁰ “Es un hecho que en México se privilegió el uso comercial de la radio y la televisión sobre su uso social y de servicio público. En realidad la industria de la radio y la televisión creció protegida por gobiernos que, a veces por complicidad y otras veces por falta de voluntad política, han dejado en manos de poderosos grupos económicos su desarrollo y explotación comercial” (Ortega, 2006: 119)

²¹ Villanueva (2007) hace la siguiente acotación: “El secretario de Gobernación publicó en el Diario Oficial de la Federación el pasado 8 de febrero, el Acuerdo por el que se establecen los lineamientos generales en materia de comunicación social de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2007 en cuyo glosario incluye el concepto de ‘medio público’ como ‘Medios de comunicación masiva administrados y operados por el Gobierno Federal o por gobiernos estatales con recursos públicos. No persiguen fines de lucro. Entre éstos se identifican a las emisoras del Instituto Mexicano de la Radio, las emisoras del Sistema de Radiodifusoras Culturales Indigenistas, Radio Educación, Canal Once del Instituto Politécnico Nacional, Televisión Metropolitana Canal 22 y la red integrada por los sistemas de radio y televisión ubicados en los diferentes estados de la República Mexicana, así como los que operen y surjan bajo este modelo u otro semejante’.

²² Es sintomático el dato que reseñan Hernández y Orozco (2007) en el sentido de que la primera transmisión oficial de la televisión privada en México (1º de septiembre de 1950) fuera el informe presidencial de Miguel Alemán Valdés. La esfera privada al servicio de la esfera política.

²³ En marzo de 1983 se crearon los tres institutos mexicanos: de la radio (Imer), de la televisión (Imevisión) y de cinematografía (Imcine) (Villamil, 2005: 38)

²⁴ El 82 por ciento de los 169 permisos que existen para televisión están en los gobiernos estatales, lo cual genera límites a la pluralidad de las emisiones. Más de 65 permisos otorgados para operar televisión abierta se encuentran en trámites de instalación. Las asociaciones civiles sólo tienen el 4 por ciento de los permisos, las universidades y el Instituto Politécnico Nacional (permisionario del Canal Once) tienen 3 por ciento de los permisos y los municipios apenas cuentan con 1 por ciento” (Villamil, 2005: 20)

burocrático; en la presencia constante de corrupción; en escasa producción propia²⁵; en ausencia de verdaderos proyectos televisivo/públicos con visión estratégica; en la carencia de infraestructura tecnológica y de experiencia técnica propia; y en la definición gubernamental de los contenidos para construir un discurso político/ideológico interclasista, de fortalecimiento de un proyecto nacional revolucionario²⁶. Esto es lo que permite decir a Villanueva (2007) que es una falacia afirmar que existan en México "medios públicos" o "medios de servicio público"; que más bien podrían llamarse medios de gestión gubernamental. En este mismo sentido es que para Biestegui (2003) la existencia de medios públicos en México es aún una tarea pendiente. De forma similar Hernández y Orozco (2007), señalan que en México no ha habido una televisión realmente pública, sino una de carácter cultural/educativo/gubernamental, que en diversas coyunturas ha sido utilizada como válvula de escape ante la inconformidad social²⁷. Agregaríamos a este respecto lo que dice Patricia Ortega (2006: 16):

“Debido a su dependencia política respecto de las estructuras gubernamentales, a la escasez de sus recursos y a la presencia hegemónica de la televisión comercial, la televisión de propiedad estatal, desde su origen, se ha debatido entre las presiones del mercado y las ataduras del control político. Estos hechos han influido para que en México no se haya desarrollado una verdadera televisión pública”.

El arribo del PAN al gobierno en el año 2000, fue un síntoma del resquebrajamiento del viejo proyecto gubernamental priísta, al mismo tiempo que una forma de objetivación

²⁵ A excepción de XEIPN Canal Once o de XEIMT Canal 22, son muy pocas los canales de televisión pública que realizan producción propia, y cuando lo hacen generalmente es de baja calidad (Villamil, 2005: 53).

²⁶ Esto explica la utilización de la televisión pública como medio para implementar las políticas de gobierno como la telesecundaria, de Díaz Ordaz en 1965. (Villamil, 2005: 26).

²⁷ Un verdadero medio público es un medio autónomo, diverso, incluyente e independiente de cualquier interés político, económico y editorial. Es un medio creado por los poderes públicos y para el bien común, y el servicio público y social, y por tanto no persigue fines de lucro. Es un medio es un derecho ciudadano, dirigido y abierto a todos los sectores de la población, a través de contenidos de calidad. Involucra a los ciudadanos en toma de decisiones del mismo medio; y debe vincularse con la participación ciudadana, incluidos los órganos de gobierno, los contenidos programáticos y la transparencia y revisión de cuentas en finanzas. Un medio público debe contribuir estratégicamente a la modernización del país, a la configuración de una sociedad democrática y de comunicación debe cumplir una función estratégica en el desarrollo de la nación y en la configuración de una sociedad democrática; debe favorecer en sus audiencias el desarrollo de conocimiento, el diálogo entre diferentes y la ampliación de sus horizontes; debe proporcionar información que favorezca la toma de decisiones de los sujetos que construyen la gobernabilidad de su sociedad (Pasquali, 2002; Beistegui, 2003; Ortega, 2005; Villamil, 2003; Gehring, 2005; Trejo, 2005, 2005a, 2006; García, 2007; Esteinou, 2007b; Gehring, 2005; Creel 2005)

de las transformaciones estructurales profundas que se vienen desarrollando a nivel nacional e internacional. De entrada, este cambio de gobierno ha colocado bajo nuevos escenarios las relaciones entre la esfera política y la mediática.

Se cuenta en México con una televisión que funciona en condiciones de carencia de un marco jurídico acorde a las necesidades de la sociedad. Esto hace que los medios funcionen sin un órgano regulador autónomo. El presidente de la república mantiene la discrecionalidad en el otorgamiento, refrendo y vigilancia de las concesiones, las cuales son cedidas a los grupos empresariales más fuertes²⁸ y afines a la política oficial. Se mantiene la baja calidad de los programas televisivos, tanto en sus géneros como en contenidos, desde criterios de *rating*. Hay ausencia de regulación de la cantidad y los contenidos de la publicidad²⁹. Es evidente el predominio de una lógica comercial de competencia duopólica entre Televisa y TV Azteca, que bajo criterios de libre mercado concentran producción y circulación de los programas³⁰. Existe una marcada tendencia a un funcionamiento pro-gubernamental en las televisoras públicas/estatales, y aun en las privadas.

Por otro lado, de la configuración de una red de medios resultó la construcción de un tipo de audiencias televisivas también constituidas como red, articulada al consumo de programas televisivos y de publicidad. Audiencias que adoptan por lo general, la modalidad de consumidores pasivos³¹, con políticas que no consideran al televidente como ciudadano involucrado en la programación televisiva, sometiéndolo a la impunidad del excesivo mercantilismo y la indefensión ante los usos y abusos de lo que se proyecta en pantalla

²⁸ Televisa, con sus filiales y repetidoras en todo el país, acapara el 66 por ciento de las 465 concesiones de televisión, mientras TV Azteca el 31 por ciento del mismo número.

²⁹ “Tan sólo en materia de publicidad privada, la televisión concesionada concentra el 74 por ciento de un total de poco más de 23 000 millones de pesos anuales de inversión nacional en este rubro, mientras que la radio recibe 10 por ciento y la prensa apenas el 6 por ciento, según los datos más recientes proporcionados por la propia Cámara Nacional de la Industria de la radio y la Televisión (CIRT)” (Villamil, 2005: 52)

³⁰ “De acuerdo con un estudio del IBOPE, el número de minutos de producción que más se ha transmitido corresponde al mercadeo: en 1999 se destinaron 569 593 minutos y este número se elevó en 2001 a 873 363 minutos. En 2002, rebasaron los 900 000 minutos de transmisión-producción. El segundo segmento –con excepción de las películas- son los programas de magazine tipo *Hoy*, *Vida TV*, etc. La televisión mexicana produjo 407 275 minutos en 1999 y pasó a 378 624 minutos en 2001. Los programas deportivos –la gran mayoría son transmisiones de partidos de fútbol- ocupan el tercer lugar con 172 177 minutos en 2001. La disminución más abrupta fue de los programas culturales: pasaron de 71 990 minutos en 1999 a 15 327 minutos en 2001; la mayoría son series compradas en el extranjero. Paradójicamente, aunque se producen más minutos de noticieros (249 660 en 2001) que de telenovelas (157 192 en 2001), el *rating* se concentró en este tipo de producciones” (Villamil, 2005: 56)

³¹ Alrededor de 7 de cada 10 televidentes mexicanos prefieren alguno de los cuatro canales de Televisa y alrededor del 20 por ciento del auditorio prefiere a alguno de los dos canales de TV Azteca” (Villamil, 2005: 52)

(Villamil, 2005: 60). Esta es una televisión que funcionan sin ese derecho de réplica que acercaría a la precisión, veracidad, objetividad, diversidad y pluralidad de enfoques; que se han convertido en escenario de marketing electoral; y donde los tiempos fiscales son utilizados mayoritariamente por el Estado, sin considerar la participación de la esfera pública. Progresivamente, estos medios han reconocido la necesidad de sumarse a la *vorágine* de los cambios tecnológicos que apuntan hacia el uso de distintos sistemas de difusión (satélite, cable, ondas terrestres, convergencia con telefonía e Internet) en un modelo multimediático que combina la transición de lo analógico a lo digital.

2.6 Lo local como contexto.

La realidad de estudio de esta investigación se contextualiza en una entidad federativa de México que es Jalisco, que para 2010 contaba con una población de 7 millones 350 mil 682 habitantes³². De ésta, 3 millones 750 mil 041 son mujeres (51.4%) y 3 millones 600 mil 641 son hombres (48.6%).

A nivel económico, esta entidad aportó en 2007 el 5.7% de PIB nacional³³, aunque su tendencia en los años siguientes ha tendido a disminuir. La participación económica de Jalisco al PIB, lo sitúa en el cuarto lugar a nivel nacional. Se reconoce también que los sectores económicos productivos donde Jalisco participa más a nivel nacional son aquellas relacionadas con las actividades agrícola (maíz de temporal), pecuaria (primer lugar nacional producción de huevo, carne de cerdo leche) de silvicultura y pesquera -desde donde se aportó el 9.1% del total nacional, el comercio, restaurantes y hoteles. Este impulso ha provenido de productores privados y sociales.

Inversamente, se identifica que la industria jalisciense enfrenta una situación de crisis estructural. Baste como ejemplo la manera en que la industria manufacturera ha perdido peso específico a partir de 1999. Contrariamente, las actividades de transportes, correos, almacenamiento y comunicaciones han mostrado uno de los mejores desarrollos sectoriales (incremento de la productividad de 1.9%, casi el doble del promedio estatal). Se

³² Datos del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) Censo del 2010.

³³ El conjunto de datos sobre la situación económica de la entidad fueron tomados del Informe Socioeconómico del Estado de Jalisco, 2009, Balance de una Década, elaborado por el Consejo Económico Social del Estado de Jalisco para el Desarrollo de la Competitividad.

destaca que las caídas del PIB de Jalisco suelen ser más acentuadas que las que ocurren a nivel nacional. De la misma forma la productividad en la entidad ha sido inferior a la nacional, desde el año 2000. Se destaca asimismo que en el terreno productivo predominan micro y pequeñas empresas.

En el nivel de los ingresos, se recupera que entre 1996 y 2008, se ha notado una polarización mayor de la distribución en beneficio del 10% más rico de los hogares. Es esta una tendencia que acentúa la inequidad. Las fluctuaciones en los ingresos en la entidad son más marcadas que a nivel nacional. Respecto a la composición del gasto resalta que los hogares jaliscienses gastan más en alimentos y bebidas (51.4% de su ingreso).

Al nivel del empleo, se reconoce que en 2008 Jalisco contaba con 3.1 millones de trabajadores ocupados y alrededor de 98 mil desocupados. El crecimiento anual de la PEA fue de 3% anual (89 mil trabajadores). La composición de este tipo de población es sobre todo masculina (61%), pero crecientemente femenina. El empleo se concentra en el comercio (21.3%), manufactura (20%), servicios diversos (11.4%), construcción (9.2%) y agropecuario (8.3%). El sector informal de Jalisco emplea el 25.7% de la población ocupada. El porcentaje de personas desempleadas que cuentan sólo con estudios de primaria es superior en Jalisco que en el resto nacional. El desempleo afecta también a quienes cuentan con menor experiencia. Casi la mitad de los trabajadores jaliscienses (49.7%) percibe entre dos y cinco salarios mínimos, colocándose por arriba del promedio nacional que es de 43.6%, aunque las remuneraciones reales son las mismas que en 1993 y se nota una tendencia acentuada a la baja en los ingresos reales. Los trabajadores que perciben un salario mínimo o menos sufren un proceso de pauperización mayor, teniendo menos acceso a los bienes básicos. En contraparte, los riesgos y accidentes de trabajo superan la media nacional. Por otro lado, sólo el 10% de los trabajadores jaliscienses se encuentran sindicalizados (6.8% del total). Jalisco pasó del primer lugar en la obtención de remesas en 2003 (277.1 millones de dólares), 9% de 3079.3 de millones de dólares de remesas que ingresaron al país en ese año. Los precios de la canasta de consumo promedio para las personas de menores ingresos se incrementaron en 4.1% de 2000 a 2009.

Se considera que la pobreza y la marginación en Jalisco se ha mantenido por debajo de la media nacional, aunque la reducción de hogares pobres en la entidad, ha sido menor que el alcanzado a nivel nacional. En el año 2000, el analfabetismo en Jalisco era de 6.5%.

Mientras que a nivel nacional era de 9.5%. Por otro lado, para ese mismo año, 4.9% de la población no contaba con drenaje ni servicios sanitarios en su vivienda, en comparación del 9.5% nacional; 2.1% de la población no contaba con energía eléctrica en su vivienda, en comparación del 4.8% del país. Al nivel de salud destaca que las camas, como parte de la infraestructura de atención hospitalaria, se redujeron de 93.6 en 2000 a 84.3 en 2006, por cada 100 mil habitantes. Asociado a esto, en Jalisco la hospitalización por envenenamiento o traumatismo aumentaron de 3.8 a 6.3%.

Considerando este panorama, el Consejo Económico y Social de Jalisco para el Desarrollo y la Competitividad (CESJAL) en su documento El Plan Estatal de Desarrollo Jalisco 2030, una Evaluación Autónoma y Ciudadana (2009), destaca que la situación de la entidad es de extrema vulnerabilidad en aspectos esenciales como salud y educación. Agrega que el empleo es cada vez más precario, que no garantiza un mejor poder adquisitivo para las familias. Apunta que hay un crecimiento negativo de la economía y una disminución en la capacidad de desarrollo de estrategias conjuntas. Y plantea la necesidad de una política económica que, yendo más allá de objetivos de competitividad, destaque la solidaridad, la subsidiariedad y la equidad, además de un entorno natural sustentable; y una economía que oriente recursos hacia quienes más lo necesitan, y no hacia los más competitivos. También plantea la necesidad de que se considere la colaboración de la sociedad civil organizada (CESJAL, 2009: 88, 138).

Al nivel político, como gobierno, el Partido Acción Nacional (PAN) se expresa a través de diferentes grupos: el doctrinario/tradicional, el neo panista/pragmático y el yuquita/ultraconservador. Desde cualquiera de estas modalidades, los gobiernos del PAN se han caracterizado, entre otras cosas, por privilegiar las relaciones políticas con los grupos de poder fáctico, como la iglesia católica, los empresarios y los medios de comunicación³⁴; por mantener alianzas con los sindicatos corporativos; y por su escaso compromiso con la ejecución de políticas sociales; manejo discrecional de los recursos. Su actitud ante los

³⁴ Se pueden considerar como ejemplos de este tipo de relación las iniciativas del gobierno estatal de donar una macro limosna, el financiamiento a espacio 2007 de Televisa y el apoyo económico a la telenovela "Las tontas no van al cielo y a los premios MTV.

movimientos sociales y las expresiones de inconformidad han sido de exclusión, valoración negativa, criminalización y represión³⁵ (REMISOC-Jalisco: 2009).

A pesar de las condiciones adversas generadas por el predominio de las políticas neoliberales, en Jalisco siguen manifestándose movimientos sociales provenientes de diferentes sectores de la población como actores de eso que Beck (1998: 60, 61) llama sub/política³⁶. Entre las organizaciones más representativas encontramos las siguientes: Plataforma 39, Movimiento de Bases Magisteriales, Movimiento ciudadano en defensa del dinero público y del estado laico, Coordinadora 28 de mayo, Frente Jalisciense de Solidaridad con el SME, Asamblea de Resistencia Popular, Escenofilia, GDL en Bici, Bici 10, Laboratorio de Arte Variedades, Xalisco Biodiverso, Shebok, Comité Salvemos Temacapulín, Acasico y Palmarejo, MAPDER (Movimiento Mexicano de Afectados por las Presas y en Defensa de los Ríos), Amnistía Internacional en Guadalajara, Anulo mi Voto, Tianguis Cultural, Comité de Derechos Humanos, Taller Editorial la casa del Mago, Frente Ciudadano en Defensa del Área Natural Protegida en Huentitán, Rescatemos Guadalajara, Asociación ecológica y deportiva amigos de la Barranca, AC., Fundación de la Cuenca Lerma –Chapala-Santiago-Pacífico, AC., Ciudadano por el Medio Ambiente, Red Ciudadana, AC., Parlamento de Colonias de la Zona metropolitana de Guadalajara, AC., Ciudad Sustentable, AC y Centro de la Diversidad y los Derechos Sexuales³⁷.

Así, a lo largo de 2009³⁸ y los primeros meses de 2010, se pudieron identificar las manifestaciones de jóvenes activistas de Ciudad para Todos buscando que el gobierno estatal frenara la obra del Puente Matute Remus o Atirantado (Av. Lázaro Cárdenas), como extensión de alternativa para el transporte motorizado. Además de la oposición de diversos sectores de la población a la construcción de la línea dos del macrobus, que se ha traducido en bloqueos, marchas y plantones. También se localizaron acciones como el juicio político

³⁵ Represión a los barzonistas en 1999; violencia ejercida, en 2001, en contra de los afectados por las explosiones del 22 de abril de 1992, operativo contra indigentes y limpiaparabrisas en 2002; represión a jóvenes raves en mayo del 2002; la represión a los manifestantes el 28 de mayo de 2004 (REMISOC-Jalisco: 2009).

³⁶ Expresiones de participación y acción política que se desarrollan por fuera de los canales tradicionales como los partidos y el gobierno.

³⁷ Este listado se construyó a partir de revisar la información contenida en los periódicos Público y La Jornada Jalisco y en la página Web Crónica de sociales.

³⁸ Esta información se retoma de dos fuentes: Crónica de sociales (<http://cronicadesociales.wordpress.com/>) y de la edición impresa del periódico Público durante 2009.

promovido por el *Parlamento de Colonias* en contra de los regidores de Zapopan por las modificaciones en el uso del suelo; la inconformidad de colonos por falta de servicios, corte indiscriminado de árboles y remodelaciones; y la lucha de los integrantes del *Tianguis Cultural* por mantener el espacio conquistado desde hace 14 años.

Al nivel sindical, los contingentes de la Unión Nacional de Trabajadores se manifestaron en apoyo a la lucha del SME, y aprovecharon la coyuntura de celebración del Primero de Mayo, para expresarse en contra de la política económica del gobierno y en oposición a las modificaciones que se pretenden hacer a la Ley Federal del Trabajo.

A lo anterior podemos agregar la lucha de resistencia que continúa en contra de la contaminación de la Presa del Ahogado y el Río Santiago; las manifestaciones de sectores de la población que se oponen al intento de imposición del Gobierno Federal y del Estado de Jalisco del proyecto de la Presa El Zapotillo; la clausura por parte de Ambientalistas de las obras de construcción del Parque Metropolitano que buscaba edificarse con vistas a los Juegos Panamericanos 2011. Además de la oposición a la destrucción, privatización y despojo de la tierra de Mirasierra de Zapopan, en el Bosque El Nixticuil, por parte del grupo inmobiliario GVA (Gómez Vázquez Aldana) y otras empresas; los conflictos geopolíticos por los límites territoriales-económicos entre Colima y Jalisco; la oposición de sectores de la población al proyecto turístico en Tenacatita; los conflictos por tierra y carreteras de la comunidades huicholas; y las actitudes de inconformidad de comerciantes por la falta de planificación en la tarea de remodelación a las calles del primer cuadro de la ciudad de Guadalajara. A esto se han sumado las expresiones de protesta de mujeres por las reformas al artículo 4 de la Constitución Política del Estado de Jalisco que penaliza el aborto y modifica el artículo 228 del Código Penal del Estado de Jalisco para aumentar de uno a cuatro los años de prisión por la práctica del aborto; las manifestaciones de la organización Carriolas Vacías, que exige la destitución de la titular del Consejo Estatal de la Familia a la que acusan de haberles quitado a sus hijos y de promover adopciones ilegales; la protesta de estudiantes y el grupo de Raúl Padilla, de la Universidad de Guadalajara, exigiendo mayor presupuesto para esta institución; la marcha por la paz en el país a raíz de los asesinatos de estudiantes del Tec de Monterrey ocurridas en dicha ciudad. A esto se puede añadir la lucha de organismos civiles en contra de los asesinatos por

homofobia en Jalisco entre 1995 y 2009, que lo ha llevado a ocupar el quinto lugar nacional en el número de asesinatos cometidos contra homosexuales, lesbianas y transgéneros³⁹

En el sector agrario se han manifestado exigencias de cancelación de la autorización de los permisos otorgados para experimentación con maíz transgénico, que a decir de los campesinos opositores, ponen en riesgo la alimentación de los mexicanos y son un tiro de gracia para el campo; las protestas públicas de los productores de leche ante las políticas adoptadas por gobiernos estatal y federal de negar subsidios, con lo que, a decir de los manifestantes, se tiende a dismantelar la industria lechera; la inconformidad de organizaciones de agaveros que exigen a la Secretaría de Agricultura (SAGARPA) el ejercicio de los recursos económicos etiquetados por el Congreso de la Unión para los ejercicios de los años 2007, 2008 y 2009 en apoyo a este sector; la inconformidad de los apicultores ante la ausencia de infraestructura productiva, alta incidencia de plagas y enfermedades, problemas de comercialización, uso indiscriminado de herbicidas que afectan todo tipo de arbustos y plantas mamíferas en todas las regiones del estado; y las múltiples manifestaciones en contra del bajo precio de garantía y el retraso en los pagos a los productores agrícolas jaliscienses.

Al nivel de las instituciones políticas, identificamos conflictos entre el gobierno del Estado y la Universidad de Guadalajara por presupuesto y en búsqueda de aclaración satisfactoria del asesinato de un director de preparatoria. También ubicamos pugna al interior del Partido Acción Nacional (PAN) ante la derrota electoral frente el PRI en julio de 2009, que permitió a recuperar a este partido las alcaldías de la zona metropolitana de Guadalajara.

2.7 Contextos mediáticos locales.

La televisión privada en México se ha desarrollado siguiendo un modelo centralista de red. El nodo principal ha sido la Ciudad de México. Dentro de este tejido, a Guadalajara se ha considerado como una unidad fundamental para el desarrollo del proyecto representado por Televisa. Esto explica el rápido surgimiento de Televisora de Occidente, y

³⁹ Recuperado el 23 de enero de 2011: www.letraese.org.mx

su incorporación al consorcio representado por Telesistema Mexicano, y después a Televisa⁴⁰.

El surgimiento y desarrollo de este proyecto televisivo ha sido respaldado por los diferentes gobiernos estatales priístas, primero, y panistas, después. De la misma manera esta empresa ha mantenido una alianza política con los representantes de la iglesia católica.

El desarrollo de lo que hoy es Televisa Guadalajara se ha caracterizado por una preocupación contante por contar con la infraestructura tecnológica que le permita desarrollar de mejor manera su función de receptora de señal y de productora, transmisora y repetidora de programas no sólo en la región, sino también fuera de ella⁴¹.

El contar con estos dispositivos tecnológicos han permitido a Televisa Guadalajara fortalecer varios procesos, entre los que se pueden mencionar los siguientes: producción local de programas; exportar formatos a otras entidades del país⁴²; generar público y ganar clientes que facturan publicidad; y enfrentar la competencia de otros canales.

Televisa Guadalajara a lo largo de estos años ha podido constituir audiencias diferenciadas para sus distintos proyectos televisivos. Estas audiencias se han construido como consumidoras pasivas de programas, sobre todo de aquellos provenientes de la capital del país, pero también como consumidoras de programas de producción local que le han sido realmente atractivos. Las audiencias tapatías han gustado sobre todo de programas televisivos de entretenimiento.

⁴⁰ En 1952 se crea Televisora de Occidente, S.A., cuyo accionista principal fue Emilio Azcárraga Vidaurreta. Esta sería la concesionaria del Canal 4. En 1955, esta televisora se incorpora a Telesistema Mexicano S.A.

⁴¹ En 1956 Telesistema Mexicano instala una gran antena y acondicionan XEZ-TV Canal 3, para retransmitir programas de Canal 2 (DF) a varios estados, entre ellos Jalisco. En 1965, Telesistema adquiere una máquina de vídeo tape buscando reestructurar la programación de los canales 2 y 4. En 1967, Televisión de Guadalajara inicia obras para elevar la antena de su estación y la potencia de los transmisores de 5 000 a 25 000 watts, para tener mayor cobertura. Ese trabajo lo concluye en 1972. En 1968, el Canal 4 empieza a transmitir a color. Se adquieren videocaseteras para transmitir programas en vivo, y se agrega una antena de 35 metros. En 1984 se adquiere equipo nuevo para la estación y reestructura la programación diaria de 18 horas al incluir poco más de 30% de programas en vivo. En 1986, Televisa adquiere una antena Superturstyle de RCA, que se transporta desde Nueva York a Guadalajara, para mejorar la recepción y transmisión de señales del Canal 4.

⁴² En 1966, el Canal 4 transmite (*Impactos Musicales Cuervo*) por primera vez vía microondas a la ciudad de México y Monterrey un programa de producción local. Al mismo tiempo produce y transmite la telenovela *Aprendiendo a vivir* (con Arturo de Córdoba y Marga López). En 1984 Se produce el programa *La hora del gane* que se considera un éxito en cuanto a la captación de audiencias. Se prepara el lanzamiento del noticiero *Al Tanto*. En 1991, en Televisión de Guadalajara se producen 80 horas de programación semanal, entre ellas doce horas de concursos y casi dos horas diarias de noticieros.

El contar con teleaudiencias mayoritarias⁴³ le ha permitido a Televisa Guadalajara presentarse como una opción atractiva para los anunciantes. Y aunque la mayoría de ellos han sido de empresas nacionales foráneas, lo cierto es que esta tarea le ha generado significativas ganancias económicas. La importancia que esta empresa televisiva le ha otorgado a la venta de publicidad confirma su vocación mercantil y de búsqueda de ganancia propia de una empresa privada en un marco de competencia⁴⁴, afín a una lógica de mercado.

Se confirma el hecho de que Televisa Guadalajara ha establecido alianzas favorables que le han permitido sobrevivir a la competencia. Como resultado de estos acuerdos ha recibido apoyo del propio centro de Televisa México, además, de los gobiernos locales y de la jerarquía de la iglesia católica⁴⁵.

La principal competencia de televisiva para Televisa Guadalajara⁴⁶ la constituyó Canal 6. En su disputa por los anunciantes y por las audiencias, en varios momentos este Canal superó a Televisa⁴⁷. Sin embargo, la enseñanza que queda de este enfrentamiento es que ni la tecnología, ni los programas construidos, ni las audiencias por sí mismas, son garantía para la existencia de una empresa. A todo esto se debe agregar una capacidad de fortalecimiento institucional y organizativo, y el respaldo de una empresa mayor, con poder nacional e internacional. Carente de estas condiciones, Canal 6, primeramente fue prácticamente controlado en su posibilidad de contar ingresos por publicidad. Luego

⁴³ En 1992, el Canal 4 publica en varios diarios locales los resultados de un estudio realizado por la empresa GAMMA. Se señala que en el mes de septiembre el *rating* promedio diario de las 14:00 a las 23:00 horas en hogares, es como sigue: Canal 2 nacional, 34 puntos; Canal 4 local, 12 puntos; Canal 5 nacional, 12 puntos; Canal 6 local, 3 puntos; Canal 7 local, no alcanza puntaje; Canal 13 nacional, 1 punto; y Canal 11 nacional, 1 punto.

⁴⁴ En 1981, un spot publicitario de 60 segundos en horario triple A, cuesta 6 606 pesos. Se afirma que 351 clientes compraron poco más de 85 millones de pesos en publicidad transmitida por el Canal 4. Veinte de esos clientes invirtieron 44 millones, poco más del 50%. En 1982, un spot publicitario de 60 segundos en horario triple A, tenía un costo de 32 400 pesos en la televisión local. En agosto aumenta a 57 600 y ya en noviembre cuesta 72 000 pesos. En 1984, el spot publicitario de 60 segundos en triple A cuesta en abril 90 000 pesos. En julio aumenta a 112 000 y en noviembre se incrementa a 141 000 pesos.

⁴⁵ Los canales televisivos de Guadalajara (Canal 4/Televisa, Azteca 13/Guadalajara e incluso Canal 7/estatal) varias ocasiones han interrumpido sus transmisiones rutinarias para proyectar en vivo la misa ofrecida por el cardenal Juan Sandoval Iñiguez. Semanas anteriores, la misma Televisa Guadalajara dedicó dos horas completas para promover el apoyo al seminario católico tapatío y el cumpleaños del cardenal de la diócesis.

⁴⁶ En 1956 se constituye otra empresa de televisión, denominada Televisión Tapatía, S. A. de C. V., la cual después recibiría la concesión del Canal 6.

⁴⁷ En 1987, Televisa de Guadalajara que de 40% de audiencia que captan los canales locales, 17% es para el Canal 4 y 23% para el Canal 6.



algunos de sus programas fueron trasladados a la parrilla de Televisa; después su propia programación fue copada por la de esta empresa. Finalmente, Canal 6 desapareció. En los hechos, se puede decir lo mismo de la experiencia que representó Canal 8. Esta empresa casi en todo momento se encontró vinculada a proyectos externos a la entidad, sobre todo el que representó Televisión Independiente de México, auspiciado por empresarios de Monterrey.

En lo que respecta a la televisión pública estatal, ésta llega con 39 años de retraso a la red televisiva de medios. C7 es el canal del Estado y del gobierno de Jalisco. Forma parte del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión (SJRTV), que es una institución desconcentrada de la Secretaría de Cultura del Gobierno de Jalisco. A decir⁴⁸ de los directivos, tiene a su cargo “la difusión de las expresiones sociales, las artes, las ciencias y la cultura”, y se plantea promover “las tradiciones, los valores humanos y las manifestaciones culturales, locales, nacionales e internacionales, así como la información de interés general para los jaliscienses”. Por su misión, el SJRTV se plantea: “Servir a la comunidad, contribuyendo como medio creativo de comunicación a la promoción y difusión de la cultura, la educación, la información y el entretenimiento, coadyuvando al desarrollo integral de Jalisco”. Por su visión, se plantea: “Ser una organización de medios de comunicación con cobertura estatal, de prestigio y credibilidad, con base en la excelencia de nuestros servicios y productos, estrechamente vinculada a la sociedad”. Tanto el SJRTV como C7, surgen como resultado de una decisión del gobierno. C7 comienza sus transmisiones el 16 de enero de 1991. Las condiciones en las que aparece son de completa debilidad en recursos; plagada de corrupción; copada por insuficiencias en infraestructura y en recursos humanos; y como una simple repetidora de los programas educativos oficiales o de programas hechos por otras televisoras públicas del país. Este canal no ha representado una competencia en proyecto ni en audiencia para las televisoras privadas locales. Las televisoras gubernamentales que dependen del SJRTV se integran por XHGJG-TV Canal 7 Guadalajara, Jal., y XHGZG-TV Canal 12 Cd. Guzmán, Jal., que opera como repetidora de C7.

⁴⁸ Cfr. <http://www.sjrtv.jalisco.gob.mx/corporativo-quienes.html>



A este panorama de medios televisivos debemos agregar la incorporación a este campo de XHUDG-TV, Canal 44, que el 31 de enero de este 2011 comienza sus transmisiones. Esta es una televisora dependiente de la Universidad de Guadalajara, y operada por la empresa universitaria Televisión Abierta. Su existencia fue aprobada por la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) el 27 de enero de 2010, bajo la modalidad de televisión abierta, en banda UHF y con una señal digital de televisión abierta en la ciudad de los Ángeles, California, por canal 31.2. Su parrilla incluye programas en vivo y grabados, de producción local, en cuya producción la Coordinación de Producción Audiovisual dependiente del Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño. También cuentan en su programación con productos provenientes de la UNAM y del Canal 22. Sus transmisiones comprenden los horarios de las 6:00 hrs a las 0:00 hrs.

Sobre las audiencias tapatías podemos decir que se han construido en correspondencia con la oferta programática ofrecidas por las televisoras locales. La inmensa mayoría de programas que se han proyectado, son para el entretenimiento. Lo que ha llevado a la gente a preferir también este tipo de programas⁴⁹ y a considerar que entretener es la principal función de la televisión. Esta preferencia va acompañada de credibilidad para lo transmitido por el medio televisivo, al mismo tiempo que se ha reconocido que la televisión influye en su vida como personas. El Canal 2 nacional es el que más se consume, seguido de Canal 4 Local.

Llegado este momento podemos señalar que en la actualidad, a partir de los datos que proporciona la LX Legislatura Federal⁵⁰, en Jalisco funcionan 33 canales televisivos, de éstos, 20 son operados por Televisa, y 6 por TV Azteca. Se reconocen 77 estaciones radiofónicas, 29 de las cuales operan en Guadalajara. De canales de televisión por cable se identifican 650 a nivel nacional, 81 de ellos operan en Jalisco, lo que representa el 12.461% de ese total.

⁴⁹ En 1970 la oferta televisiva local correspondía a un 90.2% de programas de entretenimiento, 7% a informativos y 2.8% a programas educativos. En este mismo año la Agencia Walter Thompson realiza una investigación sobre la audiencia en Guadalajara. De los entrevistados, 61.1% prefiere programas de entretenimiento y 32.4% noticieros. En 1971, la Facultad de Comercio y Administración de la UNAM realiza una Encuesta Nacional sobre Radio y Televisión. Se aplica a 3 377 personas en Jalisco. Los resultados muestran que a 65% le gusta la programación. De ese porcentaje, 34% opina que la función más importante de la televisión es el entretenimiento, 27% piensa que tiene una función comercial, 19% que informativa, 9% cultural, 5% educativa, 5% social y el 1% cívica.

⁵⁰ <http://www.senado.gob.mx/comisiones/LX/canaldelcongreso/content/transmision/21.pdf>

Según datos de Conaculta (2003), como panorama general del consumo de medios en la ZMG se encuentra que los medios más consumidos son la radio (94.3%), la televisión (91.5%), la prensa (50.7%) y el internet (22.9%). Particularmente en la ZMG el 95% de la población cuenta con televisor. En este escenario existen ocho canales televisivos de señal abierta, que en la mayoría de los casos son estaciones repetidoras de la programación que a nivel nacional ofrecen Televisa y TV Azteca. A estos canales privados, se suma Canal 7, como espacio televisivo del gobierno de Jalisco. Los informativos más consumidos son *El Noticiero* de Joaquín López Dóriga y *Hechos*, con Javier Alatorre. Al nivel local, el noticiero más visto es *GDL Noticias*, con José Antonio Fernández, de Canal 4, Televisa (Arredondo, 2006).

En los momentos presentes, de este panorama destaca la forma en que las condiciones de miseria y marginalidad de amplios sectores de la población crean las condiciones para el incremento de la violencia social y aquella generada por el crimen organizado. Cada uno de estos hechos va marcando la agenda de los medios, que encuentran en ellos una materia prima valiosa para construir su información, y darle atención privilegiada en sus espacios mediáticos. Sin embargo, la información se presenta en los medios locales de manera sensacionalista y fragmentada tanto en lo verbal como lo visual. Lo que se proyecta responde a los criterios del poder político y de los poderes fácticos en la sociedad (iglesia católica, empresarios y crimen organizado) y a las políticas editoriales de sus propias empresas. De esto resulta una limitación al derecho de la información por la censura o autocensura de los periodistas. Esto se acompaña con procesos de estigmatización a ciertos sectores de la población que son presentados como sujetos de violencia por antonomasia.

2.8 El campo de la comunicación como contexto.

La propia situación que guarda actualmente el campo de la investigación de la comunicación en México, forma parte de los contextos en los que se ubica la presente investigación. Los contextos de la práctica investigativa son de diferente tipo: contexto discursivo, como historia del campo científico; contexto discursivo, como características del campo científico; contexto histórico-cultural, como grado de centralidad de la

comunicación. Atendiendo exclusivamente las condiciones en que se encuentra la investigación académica de la comunicación en nuestro país, podemos decir que ésta se caracteriza por su triple marginalidad (Fuentes y Sánchez, 1989: 12). La investigación de la comunicación es marginal dentro de las ciencias sociales. Las propias ciencias sociales son marginales dentro de la investigación científica en general. En tanto que la investigación científica es marginal dado que no es considerada como prioridad dentro del desarrollo nacional. Esto se ha traducido en el hecho de que la investigación de la comunicación no haya conseguido legitimidad en cuanto a reconocimiento social, relevancia e influencia en las decisiones trascendentales que atañen al país; por lo que el estado del campo puede caracterizarse como de “estancamiento concentrado” (Fuentes, 2007: 32, 33).



2.9 Pensando los contextos como campos.

A manera de cierre de este capítulo, nos dimos a la tarea de visualizar los contextos como un ecosistema de campos. Así encontramos que a este ecosistema lo componen espacios estructurados diversos, históricamente configurados (económicos, mediáticos, sociales y políticos). Y a pesar de sus especificidades, en las condiciones actuales de globalizaciones y flujos mundiales, las fronteras de estos campos se han vuelto corredizas: lo económico se hace presente en lo mediático, lo político en lo económico y lo mediático en los social y económico, las lógicas de funcionamiento también se combinan. De la misma manera ya no se puede hablar de campos delimitados o circunscritos a lo local, regional o nacional.

Por lo que hemos expuesto antes se podrá reconocer que una característica del campo económico globalizado como contexto, es la manera en que se ve determinado por un proyecto neoliberal mundial y una lógica de mercado. El objeto en disputa entre los diferentes agentes es la ganancia económica y material. Esta lucha tiene como escenario el mercado de bienes y servicios, y las reglas del juego aceptadas por los participantes son las de la inversión calculada y los movimientos financieros oportunos. En estos campos económicos los agentes dominantes asumen la modalidad de grupos empresariales transnacionales monopólicos; mientras que los agentes subordinados adoptan la forma de empresas pequeñas y medianas, y trabajadores locales. La correlación de fuerzas entre estos

agentes manifiesta una ventaja para aquellos que poseen mayor capital invertido en la producción y en la circulación de bienes y servicios. Estos campos económicos se articulan al nivel simbólico, desde donde se favorecen las representaciones de predominancia materialista, individualista, consumista y hedonista como ideal y pauta de vida para el conjunto de participantes en el campo.

También podemos identificar que el campo mediático es otro de los contextos que integran el ecosistema de campos que rodean a la problemática de investigación. El campo mediático está constituido por campos particulares de medios: campo radiofónico, campo televisivo, campo de periodismo impreso y campo hipermedial. Aunque poseen características particulares, sin embargo, se encuentran interconectados, en ese escenario más amplio que es el campo mediático (periodismo televisivo, prensa electrónica, televisión y radio por internet). De la misma manera, este campo se articula a otros como el económico, el tecnológico, el político y el social. Económicamente los medios se comportan como instituciones empresariales que buscan sobre todo ganancia; tecnológicamente procuran esa actualización permanente que le otorguen competitividad; políticamente actúan como una instancia de definición y reproducción de representaciones simbólicas dominantes; y socialmente buscan establecer las bases de interacción social entre los grupos. Los agentes que luchan en estos campos particulares son, por un lado, las empresas de medios y el conjunto de individuos y grupos asociados a la producción y circulación de mensajes, que cumplen la función dominante; por el otro, los destinatarios de los mensajes de los medios y los medios independientes y alternativos, quienes ocupan la posición dominada. El objeto de disputa por acumular es el mensaje, como producto simbólico-comunicativo en sus diversas modalidades (gráficos, escritos, hablados, sonoros, visuales, audiovisuales, hipermediales) y en sus múltiples dimensiones: económicas ligadas a su costo; políticas, vinculadas a lo simbólico; tecnológicas, con relación a las innovaciones informacionales; y sociales, como productos que posibilitan las interrelaciones entre individuos y grupos. En esta disputa, desde los medios se pretende establecer la visión dominante como la mejor y la única opción para el conjunto de la sociedad.

De la misma forma en el ecosistema de campo, como contexto, encontramos el campo político. Desde ahí se desarrolla una lucha entre Estados nacionales, gobiernos y



partidos oficiales como agentes institucionales dominantes, y ciudadanos, movimientos sociales, organismos autónomos y agrupaciones políticas independientes, como agentes sociales dominados. El objeto en juego en el campo es el monopolio de la política legítima. Mientras que las reglas para participar en el juego de la política son aquellas institucionalizadas en leyes, códigos y reglamentos nacionales e internacionales. El campo político se vincula al campo mediático, en tanto que los medios de comunicación de masas se constituyen en una instancia de construcción y legitimación de mensajes políticos asociados a intereses de clases, grupos e instituciones dominantes. Se relaciona con lo económico, en tanto que la política hegemónica tiende a reforzar la correlación de fuerzas de las clases dominantes, al sancionar jurídicamente las condiciones que garantizan la reproducción de las ganancias económicas de los agentes hegemónicos.

Finalmente, el campo social forma parte del ecosistema de campos desde donde se desenvuelven los agentes y las instituciones sociales dominantes, que son las encargados de monopolizar el estatuto hegemónico de las relaciones y recursos presentes, la pertenencia de los individuos a un grupo, y el establecimiento de redes duraderas de relaciones de conocimiento, de reconocimiento mutuo y de intercambio material y simbólico. Los agentes socialmente dominantes establecen límites institucionales, con lo que buscan codificar los vínculos sociales que posibilitan a las clases sociales hegemónicas acceder a ventajas materiales y simbólicas. Desde el monopolio de lo que se considera lo socialmente legítimo los agentes dominantes establecen los mecanismos que regulan los procesos de socialización, establecimiento de valores, asignación de roles y fijación de posicionamientos sociales a los agentes subordinados. Éstos, por su parte, desarrollan mecanismos de resistencia, además de intentar construir formas de lo social basadas en otros criterios de solidaridad colectiva y de reforzamiento de los lazos sociales cotidianos.

Es sobre esta base que es posible entender los conceptos fundamentales de la investigación en su carácter histórico, insertos en estos contextos. En el siguiente capítulo nos ocuparemos de esta labor.



Capítulo 3. Posicionamiento conceptual en la investigación.

La representación de la cosa, que se hace pasar por la cosa misma y crea la apariencia ideológica, no constituye un atributo natural de la cosa y de la realidad, sino la proyección de determinadas condiciones históricas *petrificadas*, en la conciencia del sujeto (Karel Kosic).



Junto a los conceptos de *primer orden* ya definidos en el primer capítulo de este trabajo, la investigación requirió el manejo de conceptos de *segundo orden* abstractivo, colocados en un nivel intermedio, entre el nivel teórico y los referentes empíricos. En este capítulo nos dedicamos a definir y problematizar estos conceptos, teniendo como referencia la realidad de estudio de *lo público*, *la ciudadanía*, *los movimientos sociales*, y los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*).

3.1 *Lo público*.

3.1.1 *Lo público* estado de la cuestión.

Dice Price (1994: 20) sobre el origen del término *público*: “La palabra latina *Publico* fue, con mucha probabilidad, una derivada de *pólices* o *pópulos*, que quería decir ‘el pueblo’ presentes en los primeros usos de la palabra público. En un sentido, el término hacía referencia al acceso común, como en ‘lugar público’...”¹.

El sentido del concepto de *lo público* es reconocido como plural/semántico, aunque para Bonnet (2005: 193) el sentido fundamental de este término no se ha modificado. En la revisión de autores pudimos encontrar el tratamiento diferente que se le otorga, de acuerdo a los intereses argumentativos que se tengan. De esta manera se identificó que aquellos que le reconocen en función de su facticidad/histórica y polisémica (Rabotnikof, 1997; Gurza, 1998); otros que destacan su carácter de concepto con frontera difusa respecto a lo privado (Orjuela, 2005); y otros más como un concepto que en contextos actuales, caracterizados

¹ Por su parte, dice Habermas (1999: 63) sobre el origen del término público: “La etimología sigue el rastro de esa transformación plena de consecuencias. Desde mediados del siglo XVII se habla en Inglaterra de *public*, mientras que hasta ese momento se utilizaban los términos de *world* y *mankind*. Por esa época asoma también en francés *le public* como calificación de aquella realidad que (...) se conceptuó en la Alemania del siglo XVIII con término procedente de Berlín: *Publikum*” (Habermas, 1999: 63).



por el quiebre epocal del proyecto de la modernidad (Beck, 1997), manifiesta corrimientos en sus significados, lo que hace necesario re-pensar su sentido en tanto exigencia social y comunicativa que busca incidir en el curso político-práctico de su construcción y representación (Gurza, 1998). Sin duda Habermas (1994), en primerísimo lugar, y después Arendt (1998), han sido constituidos en autores canónicos de la problemática de *lo público*. Ambos comparten el abreviar de la tradición griega clásica en la configuración de sus problematizaciones.

De esta manera, y junto a otros autores, *lo público* se ha asociado con lo notorio, visible, abierto, manifiesto, irrestricto, evidente; con lo que se sustrae al uso particular; con lo patente, lo que se sabe y es de todos; con lo transparente, que puede ser vigilado y lo que tiene la mayor publicidad posible. Es considerado como lo de uso, interés y utilidad común; lo general, accesible y distribuido. También ha sido identificado como la esfera de la *polis* y del espacio de los sujetos deliberativos; el reino de la libertad y del derecho igual para todos los ciudadanos de participar en los asuntos públicos. También se ha visto como la actividad política libre, dialogal-persuasiva; donde se contemplan las obligaciones públicas establecidas legalmente, y que necesariamente tienen que cumplirse.

En autores como Abello (2005), Bonnet (2005), Ferry (1995), Habermas (1994), Gurza (1998), Rabotnikof (1997), Arendt (1998), Orjuela (2005) y De Zubiría (2005) *lo público* ha incluido lo del pueblo, y de la comunidad, pero también lo del Estado, como institución para ejercer potestad y garantizar su resguardo. Por su vínculo con la sociedad, se cree que *lo público* involucra al conjunto de prácticas (*praxis*) y discursos (*lexis*) con sentido colectivo, dialogal y persuasivo, que realizan los sujetos en espacios compartidos con otros (Arendt, 1998). Así, *lo público* viene a ser aquello que se constituye en presencia del público; aquello libre, para el público, en público y en el público. De esta manera, se concibe como un espacio complejo de relaciones sociales, como un producto social, político y cultural, que se forja como una mediación constitutiva de lo social (Gurza, 1998).

En contraparte, y dentro de esta misma tradición clásica *lo privado* se ha relacionado con el espacio de las necesidades naturales, personales; con las actividades económicas organizadas domésticamente. *Lo privado* ha sido considerado por Arendt (1998) como lo limitado, individual, particular, secreto, íntimo, interno, restringido, cerrado, oculto, vedado, y de apropiación e interés particular; y lo que es propio de la esfera



doméstica (*oikia*) y la familia, y en lo que nadie tiene derecho a intervenir. *Lo privado* ha sido concebido por Rabortnikof (1997a), Orjuela (2005) y Gurza (1998) como lo que debe ejecutarse ante la vista de pocos; lo que permanece dentro de la potestad, del libre arbitrio individual; aquello destinado a no ser visto, oído o sabido por todos –porque corresponde al fuero interno de los humanos, y como tal, está destinado a estar oculto o a ser revelado sólo a unos pocos. Por sus rasgos consustanciales, *lo privado* es lo separado de lo político.

También existe una problematización de *lo público* asociado con la modernidad capitalista (Aguilar, 1989), desde donde se destaca la necesidad de renovar las bases, el sentido y la relación entre *lo público/privado* (Gurza, 1998). Aunque cabe resaltar que sigue siendo Habermas uno de los autores con mayores contribuciones originarias para el estudio de *lo público/privado* en este ámbito (1994). Este desarrolla una revisión de los procesos históricos que hicieron posible el proceso de una configuración típicamente burguesa de *lo público* en occidente, frente a *lo público* representativo, típico de lo feudal. Habermas insiste en señalar que la historicidad de *lo público/privado* se expresa en esta época en una doble arquitectura procesual: la constitución del Estado moderno y la configuración de una economía mercantil burguesa. Destaca la manera en que *lo público* moderno se sustenta en condiciones donde se generaliza la actividad económica mercantil, que extrae a lo privado de su terreno doméstico, del ámbito privado/familiar (*oikos*), para convertirlo en una actividad público/mercantil/social de interés general (Habermas, 1994), aunque en bajo condiciones de asimetrías estructurales y de apropiación privada de los beneficios de esta actividad. Agrega que los sujetos son llevados a desarrollar actividades que los trasladan de *lo privado/familiar/intimo* (hogar) a *lo privado/capital/producción* (empresa), a *lo privado/capital circulación* (mercado), a *lo privado/público/social* (interacciones) y a *lo público/político* (Estado). De esta manera se destaca la forma en que la economía de mercado, propia de la modernidad tiende a privatizar *lo público*, a hacer público/mercantil lo privado y a degradar lo político.

En estas condiciones, la esfera económica, fue la que cumplió una función dinamizadora de la modernidad. En este mismo ámbito es que autores como Gurza (1998), identifican la manera en que el dominio público se consideró como espacio institucionalizado para la dirección exclusiva del Estado; la norma jurídica se contempló como una objetivación de los intereses y bien público; y *lo público* se estatuyó como lo

institucionalmente legal. Entonces, sólo lo jurídicamente reglamentado se podía considerar público. Desde la ley, el Estado definió que era *lo público*, y puso fuera cualquier otra manifestación que rebasara este ámbito. De esta manera *lo público* fue separado de lo común a todos. Así, en la modernidad *lo público* es asociado con lo político, y lo político con lo estatal y lo civil. En ese mismo sentido Rabotnikof (1997), señala que el Estado se convirtió, de esta manera, en una institución pública, pero no abierta ni manifiesta. Pues, agrega, que para la colectividad, paralelamente se fue estrechando la posibilidad de ejercer la función pública de gobierno, mientras que el Estado-nación progresivamente se fue haciendo cargo de esta tarea.

En condiciones de mayor contemporaneidad autores como Rabotnikof (1997a) y Guerra (2000) destacan que *lo público* moderno se relaciona con tres sentidos: lo colectivo (como interés grupal-político) frente a lo individual (interés privado), lo visible (espacios exteriores) frente al ocultamiento (los reductos de la individualidad), y la apertura (abierto a todos) frente a la clausura (apropiación particular). En tanto que *lo privado* se presenta como lo personal, lo singular, lo propio, lo opuesto a lo social y que no está intervenido por la autoridad (Guerra, 2000). *Lo privado* reduce a asuntos domésticos cuestiones con implicaciones públicas; y hace de la propiedad privada una cualidad inevitable para un grupo reducido.

3.1.2 El concepto de *lo público*.

Conceptualmente, *lo público* es una construcción sociocultural que da cuenta de procesos históricos reales, resultado de las tareas performativas de sujetos sociales, que en tanto agentes se encuentran insertos en una red estructural de relaciones y se interesan en los asuntos colectivos. Esto les permite actuar desde diferentes posiciones de poder o no-poder estructural y discursivo, a partir de las cuales se disputan la tutoría de la definición, representación y dirección legítima de lo que se debe entender por *lo público* y por *lo privado*, y de la manera en que estas dimensiones se deben objetivar en prácticas sociales.

De esta forma se evidencia que *lo público* posee una dimensión ideológica, que es fundamental en la tarea de las clases y grupos dominantes para legitimar lo propio y des-legitimar lo diferente, al considerarlo ignorante, residual, inferior, local e improductivo.

Entonces se parte de reconocer que no hay una sola visión de *lo público*, sino una lucha entre posturas hegemónicas y posturas subordinadas, que se disputan *lo público* en sus manifestaciones reales y en lo que se debe considerar su definición legítima de significado.

La perspectiva dominante ha considerado *lo público* como un atributo de la política. Esto ha permitido a los grupos en el poder del Estado y de los medios de comunicación fortalecer el contenido ideológico de su propuesta, a partir discursos y prácticas nacionalistas, populistas y leguleyas. Desde otra postura, *lo público* ha buscado presentarse como lo de interés colectivo asociado con lo cívico, lo ciudadano, la sociedad civil, la opinión pública y la publicitación de asuntos de interés colectivo. El predominio de los intereses privados de los medios de masas ha reforzado la idea de que *lo público* es la opinión pública, y que ésta es la opinión de los medios. Se invisibilizan esas otras opiniones públicas, sobre *lo público*, que resultan de los mítines, las protestas y las movilizaciones (Gottfried, 1995: 75). Además de que hay una tendencia a enmarcar a la opinión pública bajo criterios de racionalidad argumentativa en el diálogo público. La pregunta sería sobre el tipo de racionalidad a que se refieren y sobre la base de desigualdad estructural de campo sobre la que se construyen.

Por otro lado, cabe decir que *lo público* no puede pensarse al margen de lo que se considera *privado*, dado que lo público y *lo privado* aunque se expresan como dicotomías, en este estudio se consideran como realidades objetivas con relativa autonomía, pero interconectados, como procesos en que se manifiesta la correlación de fuerzas alcanzada por los diferentes agentes sociales y políticos en contextos históricos específicos, respecto a lo privado/capital. Esto partiendo del hecho de que en la sociedad capitalista, y particularmente en condiciones de primacía de criterios de mercado, donde todo tiende a privatizarse, *lo público* entendido como lo colectivo, visible y abierto, mantiene tensiones constantes con *lo privado/individual/oculto/particular*.

En estas condiciones, la articulación entre *lo público* y lo social se manifiesta de formas variadas. De entrada, *lo público* aparece como un espacio complejo, producto y productor de relaciones y espacios sociales, al mismo tiempo que producto y productor de esferas sociales, políticas, culturales y comunicativas. Sin embargo, la dicotomía que desde la modernidad se establece entre *lo privado* y lo social contiene contradicciones que deben esclarecerse. Lo social se origina desde *lo privado*, pero una vez establecido como esfera,

ayuda a reproducirlo. Además de que *lo privado* marca la posición estructural de grupo y clase desde donde los individuos se involucran en el campo de lo social. En otro nivel, *lo público* se mantiene articulado a lo comunicativo, ya que es desde la comunicación que se construyen los diálogos, argumentaciones y tensiones propios de esta dimensión. De la misma forma, desde *lo público* se define y se toma posición respecto al carácter de los medios para comunicar, y el contenido y los propósitos mismos de dicha comunicación. Además, *lo público* se articula a lo cultural en tanto que favorece las condiciones de la presencia significaciones compartidas diversas, de virtudes pluralistas-cívicas de responsabilidad pública, disciplina de sí, escucha receptiva, tolerancia, disposiciones, sensibilidades, *ethos* y compromiso con la justicia en su amplia extensión, aunque también discusión y debate. Así *lo público* aparece como espacio que posibilita un espacio público de expresión de todas las creencias y todas las prácticas (Connolly: 43, 48, 61).

Bajo esta lógica, cabe destacar que nociones asociadas indefectiblemente a lo público son los de *esfera pública* y *espacio público*. A continuación ofrecemos un recorrido sobre el sentido que en esta investigación se otorga a estos elementos.

3.1.3 El significado de la *esfera pública*.

Como reconoce Alfaro (2008), la noción de *esfera pública*, está poco elaborada y menos asimilada. La *esfera pública* puede entenderse como un campo de interacción y disputa por la definición de lo que se considera asuntos colectivos. Haciendo referencia a Arendt, la propia Alfaro señala que la *esfera pública* es espacio para el tratamiento de los asuntos e intereses comunes humanos/sociales, donde se construye la aventura macro/comunitaria de estar juntos. Para Hallin-Mancini (1997: 211) la *esfera pública* es la esfera del discurso común, donde se desarrolla el debate entre los ciudadanos que atienden las preocupaciones comunes de la sociedad.

Una primera acotación a este respecto consiste en señalar que en esta investigación entendimos que el carácter público de *la esfera pública* está dado por el contenido colectivo de los asuntos, acciones, modalidades y finalidades en que éste se objetiva históricamente; por las formas abiertas, visibles en que se expresa; y por la apropiación individual –en su forma, pero grupal en su contenido, de los resultados obtenidos en la acción colectiva. En

oposición, la *esfera privada* sería aquella que posee y defiende los intereses particulares; se desenvuelve en reductos de la individualidad; y se apropia de manera privada de los resultados de la actividad.

Una segunda acotación se refiere al hecho de que en este estudio diferenciamos *Esfera Pública* considerada como concepto abstractivo general, de *esfera pública* pensada como categoría analítica referida a una realidad empírica, histórica-concreta. Reconocimos en este estudio que en los hechos no hay una sola *esfera pública*, sino varias esferas públicas en proceso de construcción simultánea.

Una tercera precisión consiste en señalar que al hablar de *Esfera Pública* o *esfera pública* queremos alejarnos de un sentido antropomorfizador del concepto, que implique convertir en actor o actante lo que es sólo una abstracción. Se parte de reconocer que no es la *esfera pública* la que actúa, sino que en el centro de la existencia en acción de esta esfera se encuentran individuos, grupos y colectividades históricamente situados, que desarrollan relaciones e interacciones contando con capitales específicos acumulados (sociales, económicos, políticos, simbólicos, educativos), lo que hace que su incursión en una *esfera pública* se realice bajo condiciones de asimetría social, estructural.

Adicionando a lo dicho, se podemos establecer que una de las características fundamentales de cualquier *esfera pública* es el sentido que asume como espacio de participación colectiva. El significado general de participar se asocia con formar parte de un grupo o desarrollar acciones en nombre de él. Siguiendo la reflexión de Latapí (2005: 9-10) podemos señalar que participar en una *esfera pública* implica considerar que la participación es una actitud, un valor y un recurso clave para construir procesos democráticos; que la participación parte de un interés ciudadano por involucrarse prácticamente en la conducción de la sociedad, incidiendo en las decisiones de gobierno; y que la participación es una característica constitutiva de la convivencia democrática, que se basa en conocimientos y vivencias, y se plasma en instituciones alternativas.

De esta manera, en esta investigación hacemos referencia a la *esfera pública* como aquella dimensión histórica construida por sujetos que circulan intereses particulares diferenciados, que buscan construir procesos colectivamente compartidos. Consideramos que *la esfera pública* se encuentra interconectada en una singular estructura social y articulada a otros campos (económicos, políticos, sociales y comunicativos), que poseen



autonomía relativa, y respecto a las cuales mantiene fronteras difusas en tanto expresiones históricas reales, y partes interconectadas a estructuras sociales específicas.

En este trabajo entendimos que los contextos en que se constituye y desenvuelve una *esfera pública* se caracterizan, por lo general, por condiciones de desigualdad material, económica, social, política, cultural y comunicativa en que se desenvuelven los sujetos (Fraser, 1997). Así, la confluencia aparentemente democrática, en un espacio común, no resuelve en sí misma esta asimetría, aunque sí pretende dar respuesta a estas condiciones de estigmatización e invisibilización de las identidades que se opera desde los agentes y grupos históricos de poder, mediante ese conjunto de mediaciones, propias de la estructura social.

De la misma manera consideramos que los actores que conforman una esfera pública aunque se involucran como individuos, realmente actúan como grupo con propósitos compartidos/colectivos, que implementan métodos de acción participativa coordinada e intentan desarrollar una capacidad de agencia colectiva. Las acciones de estos actores se dirigen a enfrentar los problemas que resultan de su conexión con otras esferas particulares (económica, política, etc.). Es así que desde una *esfera pública* es posible construir identidades diferenciadas con base en la heterogeneidad social, cultural y política; con un “nosotros” identificado con los intereses colectivos y un “los otros” identificados con los intereses privados, individuales, ya sean personales, económicos, políticos, culturales o comunicativos.

Además partimos de la idea de que en la configuración y el desarrollo de una *esfera pública*, la comunicación basada en el diálogo, desempeña una función fundamental para el intercambio y el logro de acuerdos, siempre y cuando este diálogo en la *esfera pública* no tenga como fin el normar el sentido de *lo público*, sino a generar un espacio de comunicación que permita generar significaciones compartidas. El diálogo al que hacemos referencia no es un diálogo sin conflicto, sino uno plagado de diferencias estructurales y discursivas entre los actores que en él participan.

Algunas consideraciones adicionales que fueron útiles para la fundamentación conceptual de este trabajo se enuncian enseguida.

i) La *Esfera pública* no existe, sino que se construye con la acción de los sujetos dispuestos a hacer una elaboración común de los asuntos de interés colectivo. Éste no se

puede definir a priori, sino en el diálogo colectivo y el disenso dentro de dicha esfera. Lo común resulta de la construcción colectiva compartida. ii) La *esfera pública* es un espacio incluyente de expresión de las voces, que por singulares, son diversas. Cada una de ellas porta una idea sobre el sentido de *lo público*, como aquello universal que sólo existe en lo singular. Esto, sin hacer de la deliberación un mito, posibilita el acuerdo común, pero no es garantía de su realización. iii) Los sujetos que participan en una *esfera pública* arriban a ella en condiciones de desigualdad estructural, que no se elimina con la convivencia, sino que se hace presente a través de ella. iv) La construcción de una *esfera pública* no se da bajo procesos homogéneos de unicidad de clase ni de grupo. v) La *Esfera Pública* no se puede entender ni como concepto unívoco, ni como realidad única. Puede pensarse más que en una *Esfera Pública*, en diversas esferas públicas que coexisten y se disputan la primacía del sentido legítimo de lo que debe entenderse por *lo público*. vi) Hay una *esfera pública* dominante y hay *esferas públicas* que aún no alcanzan la notoriedad de aquella, y se colocan en un plano subordinado o de resistencia. vii) Las *esferas públicas* sólo pueden adquirir identidad si se posicionan en referencia a las esferas privadas, que es donde se produce y reproduce *lo privado*. Es sólo bajo un criterio de dualidad para la comprensión analítica, que las esferas pueden colocarse en una clasificación diferenciada, como públicas y privadas, porque a este tipo de dualidad matricial, podrían incorporarse otros tipos de esferas como la social, la económica, la política y la cultural que se interconectan haciendo sus fronteras borrosas. viii) Las *esferas públicas* no operan sólo bajo criterios de dialoguicidad racional, en su funcionamiento median también aspectos lúdicos, espontáneos, irreflexivos y emotivos. ix) Ante un mundo privado que se globaliza, las esferas privadas se transnacionalizan, de la misma manera las *esferas públicas* tienden a articularse de manera global, como una modalidad de fortalecimiento desde lo local en búsqueda de alcanzar sus objetivos. Y x) la democratización de la vida social hace necesaria la construcción y el fortalecimiento de *lo público* y de la esfera pública, que se han articulado a procesos de formación interconectiva con otras realidades propias de la modernidad como son la sociedad civil, el público, la opinión pública, la publicidad y la ciudadanía.

3.1.4 El significado de *espacio público*.



En esta investigación al *espacio público* lo concebimos como una noción asociada a *lo público*. Es importante destacar que en los contextos presentes son inoperantes tanto el modelo clásico griego de *espacio público* centrado en la idea, la reunión ciudadana política y el debate de los asuntos colectivos en condiciones de igualdad, como el modelo ilustrado burgués que, basado en la publicidad y en marcos mediáticos, difunden públicamente los aspectos que consideran de relevancia para la vida social (Ferry, 1995).

La lógica de mercado con la que opera la modernidad hace que las personas privadas se consideren públicos receptores de mensajes e individuos consumidores de productos. Con la crisis de la modernidad, progresivamente se ha desdibujado el sentido moderno del espacio público, dado que paralelamente se reduce el público a un sujeto individual, receptor de la publicitación de los procesos y productos desarrollados en la dimensión comunicativa. Bajo estas circunstancias, el público, de ser un sujeto interpelador en la esfera social/política pasa a convertirse en legitimador. En un contexto analítico más amplio, se concibe al *espacio público* en la postmodernidad como espacio mediático de comunicación configurado desde lo local/local y de lo local/global.

Atendiendo la visión de algunos autores, encontramos que para Rabotnikof (1997: 49, 58) el *espacio público*, desde la perspectiva del argumento emancipador y sistémico, es considerado como generador de poder comunicativo, filtro del sistema político y formador de temas, en tanto expresión de voces variadas. Por su parte Wolton (1995:40; 2000: 235) plantea que en condiciones de una democracia masiva, el público se degrada, los medios se hacen omnipresentes y el espacio público se desnaturaliza. Concibe al *espacio público* como espacio simbólico de intercambio y confrontación de discursos de los actores de una sociedad; y como espacio de unión de ciudadanos anónimos que participan políticamente. Para Ortega (2006: 40), el *espacio público* es un escenario intermedio entre la sociedad civil y el Estado, entre *lo público* y lo político, entendido más allá de lo gubernamental. En tanto que para Vizer (2003: 131), el *espacio público* es el resultado social-colectivo, físico, social e imaginario, de la escenificación representada y del hacer y la interacción social y política instituida e instituyente; desde los *espacios públicos* los sujetos evalúan la pertinencia de los contextos en relación con universos específicos. Por otro lado, Dahlgren (1997: 246) señala que el *espacio público* se manifiesta en lugares institucionalizados para



el debate y la participación activa. Considera que posee un valor normativo, y es un indicador del grado de democracia alcanzado en una sociedad. Conceptualmente, define al *espacio público* como una herramienta analítica que va más allá de designar un fenómeno social específico. Mientras que Castells habla del *espacio público* como el lugar de interacción social y significativa, donde las ideas y los valores se forman, se transmiten, se respaldan y combaten. Es un campo de entrenamiento para la acción y la reacción (Castells, 2009: 395)

En esta investigación se reconoció que el sentido del *espacio público* sufre mutaciones. Sus linderos se emborronan en contextos donde ocurre apropiación privada de éste, al mismo tiempo que se le convierte en objeto de producción de tráfico, en espacio de racionalización; y se tiende a convertir su sentido en patrimonial-museográfico y escenario de paso, no de convivencia. En el caso de la ciudad como *espacio público*, se manifiesta una lógica de descentramiento, con ausencia de un mínimo espacio común. Además de que la crisis del *lo público* lleva al repliegue a la familia y a la intimidad de la persona; las relaciones sociales se transforman; la opinión pública tiende a ser fabricada por los medios; y la sociedad civil pierde su espesor conflictivo y su heterogeneidad (Martín-Barbero: 2004).

Bajo estos contextos, se hizo necesario recuperar el significado de *espacio público* como escenario de intercambio dialogal, deliberación, toma de posturas y definición práctica de los asuntos colectivos por parte de los ciudadanos, en función de los intereses de la misma colectividad. En este sentido, la problematización del concepto de *espacio público* adquiere gran relevancia máxime si a éste se le considera como un factor de movilización ciudadana, como un indicador del grado de democracia que ha logrado una sociedad determinada y como un ideal a alcanzar, lo que hace necesario construirlo, favorecerlo, vigilarlo y protegerlo (Dahlgren, 1997).

En el marco de esta investigación, consideramos *espacio público*, al espacio social real y representado, desde donde el público/ciudadano ejercita sus prácticas, en tanto actor social anónimo, autónomo y deliberativo, que produce y reproduce dinámicamente la dimensión política/pública, mediante el intercambio de discursos comunicativos sobre asuntos comunes y la visibilización e invisibilización de sujetos y problemas, a través de su interpelación al Estado. Por otro lado, contemplamos empíricamente al *espacio público*

como punto de partida y al mismo tiempo el resultado de procesos de construcción de identidad de los grupos que interaccionan socialmente².



3.2 Ciudadanía.

3.2.1 *Ciudadanía*: estado de la cuestión.

Interés por el estudio semántico/histórico del concepto de *la ciudadanía* lo encontramos en Habermas (1994), Gurza (1998) y Álvarez (2000)³. De la misma manera, se pueden considerar autores como Carbonell (2005), Habermas (1994) y Cortina (2001), con aportes que ubican el surgimiento de la ciudadanía asociado con el de la modernidad, y problematizan la manera en que los individuos comienzan a adquirir estatus de ciudadanos por fuera del ámbito de Estado. Particularmente existen autores que se encargan de describir los contextos de modernidad en que madura el concepto de *ciudadanía*. Por ejemplo, Garay (2000), aporta la manera en que en el periodo posterior a la Segunda Guerra Mundial, es que se desarrolla el concepto de ciudadano, asociado a aquel individuo miembro de un Estado-nación y poseedor de todos los derechos civiles, políticos y sociales. En tanto que Dagnino (2007) da cuenta de la manera en que las experiencias de movimientos sociales y los procesos de democratización permitieron que a partir de la década de los noventa del siglo pasado el concepto de ciudadanía retomara actualidad⁴.

² Es en este *espacio público* donde intervienen, de manera articulada, la dimensión social con su sociabilidad, como forma de relaciones e interacciones dialogales; la dimensión política con sus asuntos de poder; y la dimensión comunicativa con su publicitación. Es, entonces, el espacio público, un escenario históricamente determinado - que se expresa de forma macro en la sociedad y micro en el cuerpo, desde donde se comparten formas simbólicas y significaciones asociadas a ellas, construidas por las prácticas e interacciones de los sujetos propias de la dimensión cultural.

³ Etimológicamente, ciudadanía es un concepto que proviene de la tradición política griega, *polítés*, (siglos V y IV a.c), y de la tradición jurídica romana, *civis*, (siglo III a.c). El acceso y reconocimiento público-político que se hacía a un ciudadano en la *polis* griega provenían de su participación en discusiones y debates en la vida pública; y en su posesión y uso de información (Álvarez, 2000: 21). En su sentido moderno el concepto de ciudadanía surge en los siglos XVII y XVIII con Rousseau, Montesquieu, Locke, v.gr., asociado al sistema capitalista y a la construcción del proyecto de la modernidad y sus instituciones (Cortina, 2001: 54). En estas condiciones se consideró ciudadano al sujeto público, autónomo, racionante y activo que participaba en asuntos comunes en el marco de un Estado liberal de derecho. (Habermas, 1994: 140). Fue así que lo público burgués originario trabó un vínculo genético entre el hombre libre (en el mercado) y la consolidación de la moderna categoría de ciudadanía (Gurza, 1998)

⁴ En el caso de Brasil, la ciudadanía se ha convertido en un elemento central de las estrategias de movimientos y partidos, y un referente de articulación. La noción de ciudadanía amplió los conceptos dominantes de la política al nivel de sus actores, procesos e instituciones. Al reclamo general de igualdad de derechos se incorporó una dimensión cultural, y

Como corolario a esta reflexión, Cortina (2001) ubica los diversos sentidos asociados a la *ciudadanía* en los tiempos presentes: individuo/ciudadano que comienza a saberse (racionalidad de la justicia) y sentirse (sentimiento de identidad/pertenencia) ciudadano de una comunidad.

Otra veta de estudio de la *ciudadanía* tiene que ver con las perspectivas desde las cuales se ha abordado esta problemática. En este camino encontramos a autores como Cortina (2004) y Ramírez (2006, 2007). Éstos, realizan un recorrido que permite identificar las características de las diferentes posturas respecto al análisis de la *ciudadanía*: la liberal que incluye los derechos civiles fundamentales; la republicana, que considera los derechos a la participación cívica; y la comunitarista que pone acento en el actuar colectivo a partir de intereses y sentidos compartidos.

Se pueden reconocer una diversidad de enfoques particulares en la construcción del concepto de *ciudadanía*. Existen autores que consideran la reflexión sobre la *ciudadanía* como una cuestión ontológica (Von y Gallo, 2005: 126) o heurística, desde donde se reconoce que hay un vacío empírico de información sobre el sentido que la ciudadanía reviste para los que viven una situación precaria o de carencia (Kabeer, 2007: 7). Sin embargo, autores como Delamata (2005: 7), Carbonell (2005: 22), Kymlicka y Norman, (1997: 1) y Habermas (2005: 625) comparten de cierta manera la idea de que por sus elementos constitutivos, la estructura de la *ciudadanía* está formada por individuos con pertenencia a una comunidad política nacional, a un Estado nación, con base en instituciones y leyes que articulan una dimensión estatal y una social; y que se manifiesta a través de la vigencia de derechos y obligaciones individuales y colectivas. A esto agregan Oraisón (2005: 8, 63) y Ramírez (2007: 9) que la *ciudadanía* se construye con base en un acuerdo político entre individuo y comunidad política que posibilita su inclusión igualitaria en ésta y en el establecimiento de normas y toma de decisiones, que se objetivan en leyes e instituciones y que establecen derechos y obligaciones. La *ciudadanía* también puede entenderse como una práctica deseable (Kymlicka y Norman, 1997), que diacrónicamente se transforma en estatus, para finalmente materializarse en instituciones (Ramírez, 2007).

aspectos relacionados con las subjetividades, identidades y derecho a las diferencias, que buscaba la construcción de sujetos activos en la definición de sus derechos (Dagnino, 2007: 157)

Pero la *ciudadanía* también implica actividad, participación (Kymlicka y Norman, 1997). Para Kalberg la *ciudadanía* moderna se asocia con características articuladas y dinámicas como la acción para la responsabilidad cívica, la creencia social, el igualitarismo y un individualismo del mundo orientado, como visión personalizada que dirige la acción de las personas. Estas características no pueden verse de forma estática ni aislada.

También se puede decir que, en un sentido general, diferentes autores intentan construir su propia definición de *ciudadanía*. Una estudiosa de esta temática como Cortina (2001: 177) considera que “(...) un concepto pleno de ciudadanía integra un *status legal* (un conjunto de derechos), un *status moral* (un conjunto de responsabilidades) y también una identidad, por la que una persona se sabe y siente perteneciente a una sociedad”. Agrega que en los contextos históricos actuales, la construcción de la *ciudadanía* debe fundamentarse en una ética cívica que se sustente en valores como la libertad⁵, la igualdad⁶, la solidaridad⁷ el respeto activo⁸ y el diálogo⁹. Por su parte para Ramírez (2007:12) la *ciudadanía* tiene su base en la participación de individuos libres (de actuar en función de los intereses colectivos y ejercer cargos públicos) e iguales (con equidad de derechos a la

⁵ La libertad se puede entender como participación de los individuos en la deliberación y en la toma de decisiones de los asuntos públicos; como independencia de conciencia, de expresión, de reunión, de organización y de tránsito; como autonomía y como capacidad de dotarse sus propias leyes, que humanizan a los integrantes de la comunidad política (Cortina, 2001: 229-235); y como ejercicio de autodeterminación, entendida como “(...) la habilidad de las personas para ejercer algún grado de control sobre sus propias vidas” (Kabeer, 2007: 11).

⁶ Se entendería como igualdad de los ciudadanos ante la ley, como igualdad de oportunidades e igualdad de prestaciones sociales (Cortina, 2001: 237).

⁷ Para Kabeer (2007:13) la solidaridad es: “(...) la capacidad de identificarse con otros y actuar junto con ellos en su reclamo de justicia y reconocimiento. Varía la forma que toma la solidaridad no sólo de acuerdo con el estatus de ‘inclusión’ o ‘exclusión’ de los individuos particulares y grupos, sino también en el grado en el que esperan trascender su estatus de excluidos”. El valor de la solidaridad se expresa en la disposición a conjuntar esfuerzos con otros para lograr una meta común de sobrevivencia y en la capacidad de preocuparse moralmente por los asuntos que competen a otras personas o grupos, y con las consecuencias que esto puede generar en el presente y en el futuro en otros. A esto se le puede calificar como solidaridad universal (Cortina, 2001: 243-246).

⁸ El valor del respeto activo es aquel cuyo ejercicio permite que la convivencia vaya más allá de una tolerancia pensada como impotencia o desinterés ante lo diferente. La tolerancia así asumida, significa soportar a los que son distintos. En cambio, el respeto activo significa interés positivo por los proyectos de los diferentes siempre que sean moralmente aceptables para la comunidad política (Cortina, 2001: 239-240).

⁹ El valor del diálogo parte de presupuestos como los siguientes: que hablar no es sólo decir, sino manifestar lo que se cree y hacerse responsable de lo dicho; que es un esfuerzo práctico de búsqueda cooperativa de lo verdadero y lo justo para la solución de conflictos por parte de sujetos que son protagonistas, directa o indirectamente, de un intercambio bilateral en la medida que son afectados por la decisión final que se asuma; que se requiere una actitud de escucha porque se considera que no poseen en sí la verdad última y total; que los sujetos buscan una solución justa y de entendimiento con los otros, considerando lo que se tiene en común, y reconociendo las diferencias; que deben estar en condiciones de exponer sus argumentos y hacer réplicas; que contemplan; que los resultados de este diálogo traigan beneficios a todos los afectados, y no sólo a una parte de los interlocutores; y que asuman que la decisión que se adopte debe estar sometida a revisión futura (Cortina, 2001: 247-249).

expresión pública) en la comunidad política, buscando el bien común. Mientras que para Foweraker y Landman (2000), la *ciudadanía* puede entenderse en términos de derechos, y los derechos a través de las luchas sociales de los grupos, clases y movimientos subordinados que buscan el desarrollo de diferentes grados de autonomía y control sobre sus vidas, a través de la adquisición de distintos tipos de derechos, como los de expresión, creencia, información y asociación.

Otra ruta en el propósito de estudio de la *ciudadanía* es la que busca reconstruir un modelo en el que se dé cuenta de los componentes que se han puesto en juego analítico por los estudiosos de esta problemática. En este terreno de nuevo son fundamentales los aportes de Cortina (2001, 2004) y de Ramírez (2006, 2007). Se destaca la manera en que el concepto de *ciudadanía* se ha problematizado a partir de tres ejes articulados que le estructuran, el jurídico/político, el socio/antropológico, y el institucional, y cinco dimensiones: civil, social, política, económica, cultural (Cortina, 2001). El propio Ramírez identifica una genealogía de constitución de la *ciudadanía* que transita de procesos instituyentes de derechos ciudadanos, establecimiento de los mismos, defensa de dichos derechos, y su ampliación e innovación¹⁰. Considera que las tres perspectivas¹¹ desde las cuales se ha abordado el estudio de la *ciudadanía* han sido la liberal, la republicana y la comunitarista¹², a las cuales las considera inacabadas y convergentes en algunos aspectos, pero divergentes en otros¹³. Ramírez insiste en que los diferentes tipos de derecho y de ciudadanía se constituyen en un todo indivisible “interdependiente, complementario y universal” (Ramírez, 2007: 11). A todo esto, Cortina agrega que cada una de estas tradiciones tiene como referencia un tipo de Estado: el Estado liberal clásico, el Estado de bienestar, el Estado social de derecho y el Estado neoliberal (Cortina, 2001: 75). Aunque

¹⁰ En este sentido, los derechos aparecen como producto de tiempos y necesidades concretas (Carbonell, 2005: 29).

¹¹ Cortina (2004) reconoce que existen tradiciones teóricas sobre la noción de ciudadanía: liberal, republicana, socialdemócrata y comunitarista.

¹² Cabe precisar que mientras que en 2006 (*Ciudadanía mundial*) Ramírez habla de que los tres enfoques teóricos básicos son el liberal el republicano-comunitarista y el pluralista, en cambio, en su trabajo de 2007 (*Descentramiento de la ciudadanía nacional*), clasifica estos enfoques como liberal, comunitarista y republicana. Desaparece en este caso la postura pluralista, además de que el autor separa la posición republicana de la comunitarista, a la cual las considera en este segundo trabajo como diferentes.

¹³ Ejemplificando esto, señala Cortina (2001: 25, 36-38, 46-49) que la tradición republicana y la del liberalismo social abogan por una cohesión social, basada en la participación moral y libre de la civilidad, que se corresponda con un reconocimiento y la creación de un sentido de pertenencia de parte de la sociedad hacia los individuos. Todo esto con la finalidad de fortalecer a la sociedad capitalista.

habría que reconocer que aun debilitado en sus rasgos y función tradicional, el Estado sigue existiendo, bajo formas nuevas, reconfiguradas.

3.2.2 El concepto de *ciudadanía*.

En concordancia con Ramírez Sáiz (2007:12), en esta investigación consideramos a la *ciudadanía* como una construcción social e histórica realizada por actores sociales en circunstancias específicas; que se expresa empíricamente de forma dinámica como resultado de prácticas sociales emancipatorias; y que tiene su base en la participación de individuos libres (de actuar en función de los intereses colectivos y ejercer cargos públicos) e iguales (con equidad de derechos a la expresión pública) en una comunidad política, buscando el bien común¹⁴.

Con estos antecedentes, este estudio recuperamos conceptualmente la *ciudadanía* desde tres diferentes perspectivas: la liberal, la republicana y la comunitaria.

La *postura liberal*, que considera a la *ciudadanía* en función de criterios como individualidad, autonomía, privacidad, libertad, dignidad, respeto e igualdad del individuo; goce igualitario de derechos civiles y políticos, individuales y de justicia, pero también de respeto al orden jurídico y a los otros ciudadanos; adquisición de estatus legal respecto al Estado; neutralidad de la institución estatal en la definición del buen vivir y del bien moral de los individuos; actividad para garantizar el respeto a los derechos y libertades básicas de las personas; y pugnar por la universalidad de derechos de los sujetos (Cortina, 2004: 12-13; Ramírez, 2006: 41; 2007: 16) .

La *postura republicana* sobre la *ciudadanía*, que se caracteriza por destacar la virtud cívica y el bien público. De ahí la importancia que otorga a la participación cívica/pública/política de los individuos en los asuntos su comunidad política de bien común.

¹⁴ Históricamente la modernidad se constituye en ese marco general desde donde se ha ido constituyendo el concepto de *ciudadanía*. Particularmente la emergencia del Estado-nación se identificó como ese proceso histórico particular que enmarca la construcción del concepto de ciudadanía, a partir de que el Estado se configuró como el referente del interés social general (Carbonell, 2005: 24); que lo social pudo desarrollarse con cierta autonomía en la medida que la reproducción de la vida social implicó formas privadas, pero también que el ámbito privado en su conjunto adquirió relevancia pública; y que con esto las reglas generales del tráfico entre las personas privadas asumió el carácter de un asunto público (Habermas, 1994: 158). Fue bajo estos contextos, que se consideraron como ciudadanos a los miembros de ese Estado-nación, con plenos derechos, con estatuto de nacionalidad/pertenencia, y adscritos al Estado por residencia, nacimiento y voluntad individual de integración (Cortina, 2001: 56-57). Pero también ciudadanos eran aquellos sujetos capaces de construir una esfera de lo social separado del Estado, con lo que la opinión pública se constituyó en un lugar presente para ejercer la ciudadanía.

Considera que mediante el diálogo, el debate, la deliberación y la obtención de consensos en la toma de decisiones políticas/jurídicas de los ciudadanos, éstos se constituyen como opinión pública independiente y razonante. Esta perspectiva otorga relevancia a la identificación del individuo con su comunidad política y su adquisición de civilidad, como forma de conciencia comunitaria, que permite colocar los intereses colectivos por encima de los individuales; además de que identifica competencias necesarias de las personas tales como el ser políticamente participativas, responsables, solidarias, informadas, conocedoras y hábiles (Cortina, 2004: 13; Ramírez, 2007: 16-17).

La *perspectiva comunitarista*, que destaca de la *ciudadanía* la dimensión social, los lazos de pertenencia, las creencias compartidas y la comunidad de sentido entre los individuos. Plantea que esto resulta de procesos de socialización/culturalización, que generan identidades ciudadanas, interdependencias. Esta postura da prioridad a los valores morales compartidos y organizados en función del bien común; pone énfasis en los deberes por encima de los derechos de los individuos; relaciona a la *ciudadanía* prácticas de participación pública, diálogo, persuasión y juicios fundamentados; y coloca a la comunidad en un lugar central como elemento socializador, espacio de aprendizaje y ejecución de las virtudes públicas y como espacio de interpretación, definición y validación de la normatividad pública (Ramírez, 2007: 15-16). Es así que desde esta perspectiva se considera como ciudadano a los individuos que se preocupan de manera responsable por conocer los fines de la comunidad donde se desenvuelven, y se comprometen a colaborar para lograr esos propósitos. Desde esta perspectiva se sugiere respetar el orden moral de la sociedad para que ésta respete la autonomía del individuo (Cortina, 2001: 27-29, 30-33; Cortina, 2004: 12-14).

En este trabajo también consideramos ejes y dimensiones en la estructuración conceptual de la ciudadanía. Los ejes son el jurídico/político, el socio/antropológico, y el institucional (Ramírez, 2006, 2007), y cinco dimensiones: civil, social, política, económica, cultural (Cortina, 2001).

Los ejes sobre los que, siguiendo a Ramírez (2006), se constituyen las perspectivas analíticas de la *ciudadanía*, se entendieron de la siguiente manera. El *eje jurídico/político* de la *ciudadanía* se refiere al estatus legal que un individuo ha alcanzado dentro de su comunidad política, lo que le permite contar con derechos y obligaciones (Ramírez, 2006:

36; 2007: 10). El *eje socio/antropológico*, considera dos niveles: la identidad, la conciencia y el sentido de pertenencia de los individuos respecto a su comunidad; y las prácticas individuales y colectivas que estos operan para ejercer sus derechos y sus responsabilidades. El *eje institucional*, contempla el conjunto de instituciones locales, nacionales y globales, y judiciales, políticas, de bienestar social y seguridad pública, encargadas de garantizar jurídicamente los derechos y las responsabilidades de los individuos, mediante su exigencia, defensa y justiciabilidad (Ramírez, 2006: 50-51, 55).

Con referencia a las dimensiones de la *ciudadanía*, Ramírez (2006; 35; 2007: 11) se refiere a la *dimensión civil*, como aquella que contiene los derechos y las obligaciones de los individuos a la libertad de expresión, pensamiento y culto; de igualdad y actuación ante la ley, y derecho a la propiedad y a la realización de contratos. Desde esta dimensión se dota de las bases para que el individuo pueda identificarse o no con una comunidad territorial (Cortina, 2001: 54). Se señala que es desde las organizaciones de la sociedad civil donde los individuos aprenden la virtud de la obligación mutua, que es gratificada o castigada con medidas morales.

La *dimensión social* de la *ciudadanía* (Cortina, 2001: 66; 177; 2004: 15; Ramírez, 2006; 35; Ramírez, 2007: 11) contiene los derechos y las responsabilidades de los individuos en relación al bienestar material que resulta de contar con salud, vivienda, educación, etc. Sin embargo, se reconoce que esta dimensión de ciudadanía social forma individuos pasivos, que no asumen responsabilidades, y que es concebido como un simple “derecho a tener derechos”. Contrariamente, afirma Cortina (2001: 97-98), se requiere una ciudadanía activa, capaz de asumir responsabilidades, para lo cual se deben generar las condiciones que favorezcan esta participación.

La *dimensión política* trata de los derechos de los individuos a la asociación, la participación para elegir y ser elegido a organismos políticos representativos (Ramírez, 2006: 35; 2007: 11). Por su parte Cortina (2001: 39-49, 54) añadirá que esta dimensión implica una participación activa del individuo en la comunidad política donde convive y se relaciona con los otros, para discernir y atender las cuestiones públicas (socialidad), y considera que la deliberación es el medio más adecuado para hacerlo.

La *dimensión económica* (Ramírez, 2006; 35; Ramírez, 2007: 11) incluye los derechos y las obligaciones de las personas a participar en la toma de decisiones y su

cumplimiento en asuntos que competen a la comunidad política donde participan (Cortina, 2001: 98-99, 105-112). Desde la dimensión económica, los grupos de poder buscan en la actualidad reconfigurar el significado del lema de participación ciudadana, originariamente referida a participación de la sociedad civil como ampliación de la ciudadanía y profundización de la democracia, buscando, así, favorecer sus propios proyectos neoliberales de limitación de las funciones sociales del Estado y de garantizar los derechos de los individuos (Dagnino, 2007: 167)

La **dimensión cultural** de la *ciudadanía* (Cortina, 2001: 36-38, 46-49; Ramírez, 2006: 39-40; 2007), se refiere a las atribuciones y responsabilidades de los individuos en sociedades multiculturales. Esta dimensión sirve de unión a grupos socioculturalmente, que conviven en contextos de un espacio social compartido, de una comunidad política con una diversidad cultural, y donde predomina una cultura sobre de otras. Es una ciudadanía con tolerancia, diversidad, apertura, respeto, integración del conjunto de diferencias, autoestima, identidad (Cortina, 2001: 178-179, 196-199; Cortina, 2004: 15).

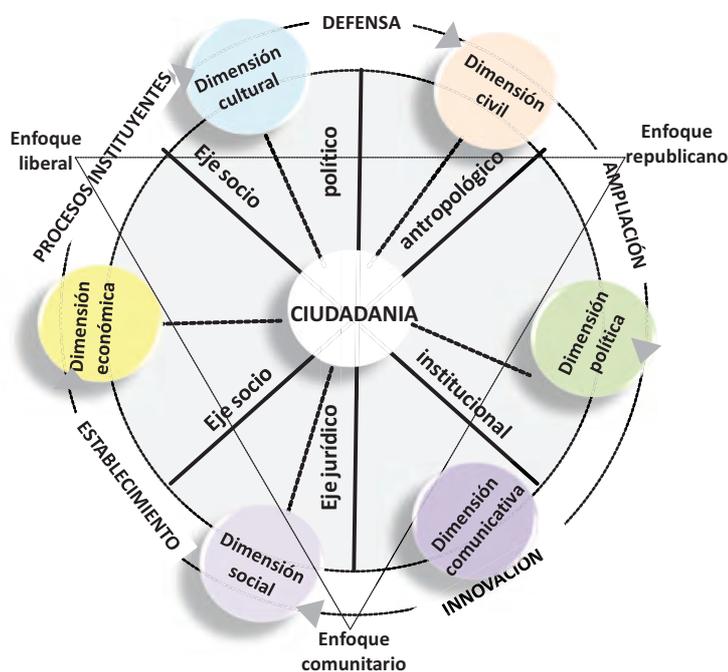


Figura 2. Ciudadanía: ejes, dimensiones y enfoques.

3.2.3 La *ciudadanía* y *lo ciudadano*.

Dado el carácter heterogéneo de las manifestaciones ciudadanas que se abordan en esta investigación, consideramos que no resultaba pertinente seleccionar apriorísticamente una perspectiva desde la cual orientar la aproximación y el análisis. Partimos, entonces, de la idea de que la aproximación exploratoria a los sujetos de estudio sería la que determinara el tipo de conceptualización a asumir.

Por otro lado, en este estudio, el concepto de *ciudadanía* se encuentra íntimamente vinculado a los conceptos de *lo público*, *esfera pública* y *espacio público*. De la misma forma que encuentra su concreción empírica en *lo ciudadano*. En esta investigación *lo ciudadano* se utiliza como una categoría articulada al concepto más general de ciudadanía. *Lo ciudadano*, de entrada, lo entendemos como una de concreción empírica en que se manifiesta la ciudadanía. Mientras que *la ciudadanía* es un concepto, *lo ciudadano* es su expresión empírica. Bajo estas condiciones es que explicitamos cuestiones generales sobre lo que se entendió por *ciudadanía* y *lo ciudadano* en este trabajo: i) *ciudadanía* es un concepto con significación histórica, que sólo puede entenderse en contextos de formaciones sociales e históricas concretas; ii) *ciudadanía* es un estatus político conquistado por individuos y grupos, que resulta de luchas entre dominantes y dominados/oprimidos; iii) *la ciudadanía* se manifiesta en la obtención de derechos de diferente tipo por parte de los individuos; se construye como resultado de procesos desiguales, que coloca también en condiciones ciudadanas y no ciudadanas desiguales a los sectores de la población; y es un lugar reconocido que se adquiere en un Estado-nación, que se busca mantener, extender y profundizar; y vi) *lo ciudadano* se manifiesta en formas de comunidad político/social autosuficiente, independiente y con instituciones que buscan coadyuvar a la satisfacción de necesidades tanto particulares como colectivas de los individuos.

3.3 Movimientos sociales.

3.3.1 *Movimientos sociales*: estado de la cuestión

El interés por el trayecto que ha seguido la teorización sobre los movimientos sociales se encuentra en autores como Pont (1998) y Laraña (1998). Para el primero, los estudios de los movimientos sociales datan del siglo XVIII, y provienen de la inquietud por entender las manifestaciones obreras que resultaron de la revolución industrial. Tanto para Pont como para Laraña, el interés por el estudio de los movimientos sociales generalmente se ha asociado a condiciones de crisis de las instituciones representativas de la democracia burguesa, que favorecen el surgimiento de este tipo de manifestaciones. Bajo estos mismos criterios de seguimiento histórico de la teorización, Farinetti (2002) considera que las propias conceptualizaciones que se hacen sobre los movimientos sociales se encuentran mediadas por transformaciones estructurales que ponen a prueba la capacidad de inscribir en procesos sociales generales las configuraciones objetivas y subjetivas particulares de movimientos sociales¹⁵. En este sentido es que el mismo Pont considera que es hasta la década de los años setenta del siglo pasado que los movimientos sociales se constituyen en un campo de investigación propio, tanto en las ciencias políticas¹⁶ como en la sociología, con abordajes, posiciones y perspectivas diferentes. A esto habría que agregar que el desarrollo de este tipo de estudios también ha sido diferente de país a país, dependiendo de la tradición de investigación y los contextos sociopolíticos (Pont, 1998). Este mismo autor establece que se han desarrollado diferentes perspectivas para el abordaje de los movimientos sociales. Haremos mención a algunas de ellas.

Desde la perspectiva **funcionalista** se considera que los movimientos sociales son expresiones de actores irracionales que resultan de transformaciones estructurales y desorganización social, y que son reacciones divergentes respecto a las normas sociales, en una sociedad considerada bajo criterios de permanencia. Para esta misma perspectiva, los partidos políticos son quienes mejor pueden canalizar institucionalmente las inquietudes de

¹⁵ Farinetti (2002) señala que en la conceptualización influyen las transformaciones estructurales que se traducen en una situación de crisis doble, la de la realidad de la relación entre capital-trabajo, que fue considerada hasta hace tiempo como el eje fundamental de análisis, y las formas de pensamiento social con intento explicativo y totalizador con las que se leía e interpretaba dicha relación desde las ciencias sociales. Agrega que esta dificultad se traduce en una valoración negativa de los movimientos sociales bajo criterios de carencia en unidad, homogeneidad, y articulación. Se parte de un modelo que coloca dentro de movimientos sociales ciertas manifestaciones de acción colectiva, y pone fuera otras que no se adecúan a dicho modelo.

¹⁶ El interés por los movimientos sociales se ha desarrollado en la ciencia política a partir de la década de los cincuenta del siglo pasado. Como concepto, “movimiento social” se ha asociado analíticamente con “asociación” y “grupo de interés”. Desde esta nominación los movimientos sociales se consideran como un riesgo para la soberanía del Estado y el consenso político. Desde una visión pluralista, se explica el surgimiento de los grupos de interés como consecuencia de la insuficiencia de las instituciones de la democracia liberal (Pont, 1998).

los individuos, en tanto que son resultado del proceso de racionalización de la sociedad¹⁷. (Laraña, 1996: 25).

Entre los años de cincuenta y sesenta del siglo pasado, desde la psicología social se desarrolla la teoría clásica del **comportamiento colectivo** (Laraña, 1996: 26). Esta teoría se integra por dos enfoques: el estructural funcionalista de Smelser, Parsons y Eisenstadt; y el interaccionismo simbólico de Robert E. Park y la Escuela de Chicago¹⁸. Esta teoría se encuentra asociada a la idea de la sociedad de masas. Se considera que en este tipo de sociedad se debilitan las instancias mediadoras entre individuo y Estado, lo que permite que se expresen masas amorfas en sus modalidades de agrupamientos con participación en la vida social¹⁹. Desde la teoría del comportamiento colectivo a la sociedad se le considera como plural, con una distribución equitativa de poder e igualdad de condiciones para que los individuos canalicen sus expectativas institucionalmente (Laraña, 1996: 18). Entonces, para mantener los valores de libertad de una sociedad democrática esta teoría establece que se requieren grupos independientes a las masas. Según Laraña, (1996: 26-28) Le Bon consideraba a los movimientos sociales como manifestaciones de comportamiento colectivo basado en la sugestibilidad, el anonimato y el contagio social; y como movimientos que se desvían de las normas, las convenciones sociales y la organización social. Sobre Park señala que éste consideraba el comportamiento colectivo como la acción de un grupo que actúa bajo la influencia de un impulso común y colectivo, de expectativas compartidas, que son resultado de la interacción social, en contextos de impulsos, deseos o disposiciones no satisfechas, que abarcan una amplia gama de fenómenos.

Desde el **interaccionismo**, los movimientos sociales son considerados espacios de construcción de nuevas ideas, significados, organizaciones y normas, instituciones y

¹⁷ En este mismo sentido, la llamada teoría pluralista considera que los movimientos sociales como expresiones no racionales (Laraña, 1996: 21-23, 29-33).

¹⁸ Según Laraña (1996: 16-17), el enfoque de la Escuela de Chicago es la que mantiene mayor influencia en los estudios actuales de movimientos sociales y de la acción y la identidad colectiva. Podemos estar de acuerdo con este punto de vista si consideramos la tendencia que existe actualmente de abordar las expresiones de los movimientos sociales desde una perspectiva interaccionista, particularmente prevaeciente en las últimas dos décadas del siglo pasado, a partir del surgimiento de lo que se ha dado en llamar “nuevos movimientos sociales”.

¹⁹ Desde esta posición la masa es aquella que se preocupa por situaciones que no están ligadas a su experiencia directa, expresa alienación y ansiedad, busca recuperar el sentido mítico de una comunidad tradicional, se adhiere de manera fanática e incondicional a un líder, y recurre a la fuerza para resolver los conflictos.

transformaciones sociales, por tanto, se les considera agentes de cambio social, en el marco de una sociedad caracterizada como dinámica (Laraña, 1996: 29-33).

Farinetti (2002) destaca que como concreciones de estas perspectivas fundamentales, se han desarrollado diversas formas de entender y explicar los movimientos sociales. De ellas destaca las siguientes: la de movilización de recursos²⁰, la del proceso político, y la de los nuevos movimientos sociales.

Desde la perspectiva de la **movilización de recursos** la acción colectiva se entiende bajo criterios institucionales/organizacionales y empresariales, como una agregación de acciones interesadas individuales de actores de protestas sociales, que perciben que cuentan con los recursos, voluntad, incentivos, liderazgo para desarrollar una acción estructural común, coordinada, racional/instrumental de cálculo de maximización de utilidades y de costo/beneficio, que dan sentido a su acción²¹. En tanto que estos actores se plantean problemas estratégicos es que se les considera agentes de cambio institucional (Farinetti, 2002). La perspectiva del proceso político²², que también es llamada de **oportunidades políticas** o de la **importancia de la ocasión**, surge a partir de la teoría de la movilización de recursos. De ésta retoma sus presupuestos básicos, pero se diferencia de la misma por la atención que pone en las condiciones externas al actor colectivo. Considera que es indispensable incluir las acciones colectivas de protesta en contextos políticos. El planteamiento fundamental de esta perspectiva es que aunque los individuos siempre tienen razones para protestar, ese potencial sólo se transforma en protesta cuando perciben que existe una oportunidad política que les permite visualizar un costo razonable para su acción. La oportunidad política aparece como una variable independiente fundamental, en tanto atributo de carácter objetivo del entorno político²³ (Farinetti, 2002).

²⁰ La teoría de la movilización de recursos surge en Estados Unidos en los años setenta en oposición radical a los enfoques del comportamiento colectivo -que pensaban que la sociedad es una totalidad de cuya estructuración dependen las prácticas de los individuos y que consideraba disfuncional a la acción colectiva. Los teóricos de la movilización de recursos entienden la sociedad como un agregado de individuos (personas individuales, con intereses propios, ubicación estructural particular), y dan un giro individualista en la formulación de los problemas en torno de la acción colectiva.

²¹ El sujeto que visualizan los enfoques de interés es de carácter consciente de sus intereses, fines y deseos; un sujeto que domina racionalmente su voluntad (capaz de pensar sus acciones y controlarlas desde ese pensamiento) y su campo de acción; un sujeto económico, posesivo, interesado en la propiedad, con capacidad de adecuación de medios y fines (Farinetti, 2002).

²² Sus principales teóricos son Tarrow, Charles Tilly y Doug McAdam (Farinetti, 2002).

²³ De ahí desprenden planteamientos como los siguientes: que los movimientos no son resultados del nivel de quejas de un sector de la población, los *por qué* de un movimiento social se explican por el cuándo de las oportunidades políticas que



A decir de Pont (1998), el enfoque de las *policy networks* ofrece un marco instrumental de análisis para la descripción de las formas de comunicación y de interacción en las sociedades complejas, a partir de perspectivas empíricas. Se plantea el análisis de los movimientos sociales en el marco de sociedades complejas, sobre todo, desde la sociología y la ciencia política, a partir de considerar criterios como sus niveles de institucionalización, centralización, estabilidad y exclusividad en el campo de acción.

Los estudios sobre los llamados **nuevos movimientos sociales**²⁴ se fundamentan en una perspectiva estructuralista, que coloca al sujeto como constructor de realidades, de identidad y de reflexión. Estos estudios forman parte del enfoque de la acción colectiva desarrollado inicialmente en Europa, centrado en la cuestión de la identidad con referencia a estructuras y sistemas sociales postindustriales. Desde esta corriente se plantea que ante la ruptura de las identidades se desarrollan procesos de reconfiguración de identidades colectivas. En relación a la misma contextualización de los movimientos sociales, Calle (2007: 137) establece que los nuevos movimientos globales son expresiones de movilización social que surgen a partir del año 2000²⁵. Añade que estos movimientos asumen características heredadas de los nuevos movimientos sociales; y apelan a visiones globales de movilización; y demandan una justicia global y una democracia radical. Infiere que éstos potenciarán su hipersensibilidad frente al poder, su autonomía y horizontalidad en la construcción de sus redes. Para Farinetti, (2002), dentro de esta corriente, pueden señalarse como exponentes distinguidos a Alberto Melucci, Clauss Offe y Alain Touraine.

Un camino más que se ha recorrido en el estudio de los movimientos sociales es el que se ha hecho desde América Latina. Entre los autores que podríamos llamar canónicos,

se presenten; que las protestas aumentan o disminuyen dependiendo de los cambios que hagan a un sistema político permeable a las demandas planteadas por el movimiento social, dado que un logro obtenido les permite crear otras oportunidades políticas lo que hace que los movimientos se difundan, se extiendan, y se formen redes. Farinetti (2002), precisa que el considerar a la oportunidad política como un atributo objetivo explicativo, externo al actor social, no contempla que esta oportunidad también se construye como representación social por actores con capacidades diversas para evaluar la pertinencia de una acción colectiva, tampoco deja claros los indicadores que permiten identificar la existencia de una oportunidad política, y si esta fue resultado o causa de la acción colectiva.

²⁴ Esta denominación de “nuevos movimientos sociales”, forma parte de un debate actual sobre la caracterización de los movimientos. Esencialmente se consideran “nuevos” por su composición, sus objetivos, sus demandas, su organización, funcionamiento y formas de acción. En oposición a esta forma de nombrarlos se encuentra aquella visión que considera que los “nuevos” movimientos son sólo una modalidad actualizada de los movimientos tradicionales, entre los que se puede reconocer a los movimientos sindicales, por ejemplo.

²⁵ Desde nuestro punto de vista, las manifestaciones renovadas de movimientos sociales no datan del año 2000, sino de por lo menos tres décadas antes, donde se ubican manifestaciones ya de ecologistas, homosexuales, feministas, por mencionar algunos casos.

en tanto clásicos por su aportes y por la manera que han servido de referencia para otros estudios, están Andre Gunder Frank (1987), Orlando Fals Borda (1989), Guillermo Almeyra (2005) y Boaventura Santos (2001, 2009). La explicación contextual sobre la emergencia y desarrollo de los movimientos sociales en este subcontinente ha sido una herramienta analítica presente en estos autores. Para Gunder Frank y Fuentes (1987) la importancia de los movimientos sociales se relaciona con los largos ciclos económicos y políticos, que les acarrea un comportamiento también cíclico, por lo que tienden a desaparecer cuando cambian las condiciones que los originaron. Para Fals Borda (1989), las dictaduras desarrolladas en los años setenta, junto con la marginalidad social y las carencias económicas, fueron condicionantes de la emergencia de movimientos sociales en tanto manifestaciones populares independientes, y en búsqueda de alternativas democráticas con equidad, paz y justicia. En tanto que Almeyra (2005) señala que estos viejos-nuevos movimientos sociales expresan a la vez una continuidad y una ruptura, impuesta por las diferentes condiciones a escala mundial y nacional que deben enfrentar y, por consiguiente, por los nuevos desafíos. Señala que la continuidad proviene de las tradiciones de lucha de sus integrantes; las ideas en las que se inspiran; de ruptura por la renovación generacional de ver la vida; y los cambios en la subjetividad²⁶. En esta misma lógica, Boaventura Santos (2001: 177) plantea que el surgimiento de los movimientos sociales actuales tienen que ver con transformaciones estructurales, como la difusión social de la producción, que ha generado nuevas formas de opresión y el aislamiento político del movimiento obrero, lo que ha facilitado el surgimiento de nuevos sujetos sociales y nuevas prácticas de movilización social.

Autores como Loreti (2008) y Retamozo (2006) dan cuenta de la forma en que en contextos de aplicación de proyectos neoliberales se redefinen las relaciones sociales de dominación y tiende a profundizarse el deterioro de las condiciones económicas, políticas y culturales de los pueblos latinoamericanos, y los derechos de reunión y de expresión

²⁶ Almeyra (2005), asocia el desarrollo de los movimientos sociales actuales a circunstancias presentes que se caracterizan por el predominio del capital financiero internacional, la destrucción del ambiente, la subordinación de las relaciones sociales a la lógica del capital; las migraciones en gran escala; el deterioro de la democracia a consecuencia de los regímenes dictatoriales y la corrupción de los gobiernos; el desgaste de las instituciones políticas tradicionales; y el ataque a derechos históricos conquistados por la población. Aunque tiene cuidado en precisar que los efectos sociales de la mundialización en cada país pasan por las características históricas, culturales y tradiciones de cada uno. Es por eso que él habla de movimientos sociales en Argentina, y no argentinos, porque estos movimientos aun siendo locales contienen las características propias del contexto histórico mundial marcado por el predominio del capitalismo.

tienden a limitarse. Y cómo se despliega una política de criminalización ante el incremento de las acciones colectivas y las protestas sociales.

Al mismo tiempo, Salazar y Miller (2007) reconocen que estos movimientos sociales se han desarrollado en contextos de debilidad institucional. Por eso, para Martínez (2008: 177) este tipo de movimientos son un reflejo de conflictos no atendidos institucionalmente por fallas en los sistemas políticos. Por su parte Arias (2008: 35), busca dar cuenta de la manera en que los procesos de globalización median en la configuración de los movimientos sociales actuales. Señala que estos son ahora más diversos, fragmentados, ambiguos; donde *lo público* y *lo privado* se entrecruzan en la militancia, generando un activismo pos/político, fragmentario, discontinuo y hedonista, donde se combina la militancia colectiva y la realización individual-moral. En tanto que Osorio (2007) sugiere que se asiste a una amplia reorganización popular y a la retoma de la iniciativa política, que plantea nuevos problemas al dominio y al poder del capital²⁷.

Desde México encontramos preocupación por definir lo que es un movimiento social como la de Zires (2008: 154-156) que señala que un movimiento social se asocia con acción, fuerza, presión, lucha y dinámica de transformación; se desarrolla como un grupo heterogéneo, particular estructurado en función de criterios de clase, sexo, edad, género o etnia; como fuerza hace su aparición en un momento específico, colocándose más allá de las instituciones de representación política de una sociedad; con una forma de organización y modalidades de participación; funciona en torno a ciertos objetivos y buscando satisfacer determinadas reivindicaciones sociales o transformaciones estructurales; puede transitar por fases de constitución, de ampliación y de institucionalización; y que hace uso de determinados tipos de acciones o lucha social. Agrega que para que un movimiento social sea considerado como un movimiento político es necesario que construya otro sentido de comunidad; que desarrolle nuevos espacios de enunciación y subjetividades políticas; y que

²⁷ Señala que esto se muestran en hitos significativos como las rebeliones indígenas en México (1994), en Ecuador (2000) y Bolivia (2003 y 2005); la asonada popular que terminó por derribar el gobierno de Fernando de la Rúa en Argentina (2001); la movilización popular que impidió el golpe de Estado contra Hugo Chávez en Venezuela (2002); la emergencia y accionar del Movimiento de los Sin Tierra en Brasil; y con el triunfo de Rafael Correa en Ecuador, y del Frente Amplio en Uruguay. Es así que en su perspectiva, desde mediados de la década de 1990 se manifiesta una recomposición de los movimientos sociales. Llevando su reflexión sobre experiencias como estas, el propio Osorio plantea que la redoblada explotación de los pueblos de América, internaliza las contradicciones del sistema y agudiza los conflictos. Lo que le conduce a afirmar que la revolución sea una tendencia estructural en América Latina.

favorezca un borramiento de las clasificaciones jerárquicas de la sociedad (Zires, 2008: 156).

De estas diferentes teorías y perspectivas de abordaje de los movimientos sociales, se han generado también distintas e incluso contradictorias nominaciones, enunciaciones teóricas, conceptualizaciones, tipos de estudio, alcance, metodología y métodos²⁸.

3.3.2 El concepto de *movimientos sociales*.

La toma de postura sobre el sentido con el que en esta investigación trabajamos el concepto de *movimientos sociales* se hizo considerando los diversos aspectos de debate que han girado en torno a esta noción. Enseguida enlistamos los que han sido aspectos fundamentales de discusión a este respecto en el campo académico: *debate: racionalidad y/o subjetividad* (Pont, 1998; Santos 2001)²⁹; *debate: interés y/o identidad*³⁰ (Farinetti, 2002); *debate: movimientos nuevos y/o viejos*³¹ (Gunder Frank, 1987; Santos 2001;

²⁸ Por ejemplo se habla de términos como «investigación de los grupos de interés» o «sistemas de mediación política de intereses»; se hacen enunciaciones teóricas “socialpsicológicas”, “de la estructura”, “del actor”, “de la privación relativa”, “de la identidad”, de “la movilización de recursos”, “culturalistas”, “economicistas”; conceptualizaciones sobre movimiento social, protesta colectiva, actor colectivo, identidad; tipos de estudios empíricos y conceptuales; alcance micro, macro, *meso* de las propias investigaciones; metodologías que trabajan de manera particular la correspondencia entre teoría y práctica; y métodos correspondientes a los marcos teóricos desde donde se aborda esta problemática (Pont, 1998).

²⁹ Uno de los ejes del debate sobre los movimientos sociales es sobre su carácter o no racional que les guía como fenómeno colectivo (Pont, 1998). Para Farinetti la unidad subjetiva que soporta una acción colectiva no se restringe a la afirmación de la autoconciencia de los actores. Pont (1998) por su parte, anota que en la medida que las teorías de la elección racional han utilizado técnicas matemáticas para predecir las posibilidades de éxito de los movimientos sociales, sin embargo, no han tenido en cuenta los aspectos ideológicos, culturales, o el mismo *habitus* de los actores (Pont, 1998). Santos (2001: 180), extiende este debate a la relación que los movimientos sociales mantienen respecto a la subjetividad y a la ciudadanía. Asume una postura crítica de los nuevos movimientos sociales a los que considera como expresiones de la reafirmación de la subjetividad, de la emancipación personal, de la democracia participativa.

³⁰ Otro de los aspectos que se debaten es la relación entre interés e identidad. Los enfoques que se basan en el poner acento en el interés de los actores entran en contradicción con los que ponen énfasis en la identidad. La cuestión radica en que el interés de los actores por la acción colectiva debe ir precedida de la construcción de identidad de grupo en función de diferenciar a nosotros de un los otros. Para Farinetti (2002), los enfoques de racionalidad instrumental no pueden dar cuenta de ese proceso de construcción de identidad.

³¹ Otra dimensión del debate conceptual sobre los movimientos sociales es tipificarlos como nuevos o viejos. Para Gunder Frank y Fuentes (1987) los nuevos movimientos sociales no son tan nuevos y los movimientos clásicos no son tan viejos, puesto que ambos tienen en común la búsqueda de la justicia y el rechazo de la injusticia, la movilización contra la pobreza, por la supervivencia y por su identidad. En la misma lógica, Santos (2001: 180), considera que los nuevos movimientos son en realidad viejos movimientos que portan también viejas reivindicaciones, lo que hace que su novedad sea aparente. Para esta postura, el análisis de los nuevos movimientos sociales se debe centrar en la movilización de recursos organizativos, y no en la ideología. En este mismo sentido Almeyra (2005) señala, a diferencia de Raúl Zibechi, que es un error nombrar a estos movimientos como “nuevos movimientos sociales”, porque considera que la historia impone continuidades.

Almeyra 2005); *debate: movimiento y/o multitud*³² (Bensaid, 2006); *debate: explicación disciplinar y/o multidisciplinar*³³ (Santos, 2001); *debate: clase y/o grupo*³⁴ (Santos, 2001); y el *debate: estructura y/o política*³⁵ (Santos: 2001).

La valoración crítica que Miller, Valdés y Salazar (2007) hacen sobre el sentido de estos debates, es que se vive bajo contextos de predominio de la racionalidad instrumental, de la cuantificación y del universalismo; que se vive un momento de crisis teórica y de orfandad paradigmática del pensamiento emancipatorio latinoamericano, en la medida que las construcciones teóricas no se han colocado en correspondencia con la dinámica y las aspiraciones de los *movimientos sociales*; y que se sigue trabajando bajo antiguos presupuestos, que no consideran las transformaciones sufridas por la realidad. Ante esto plantean que se requiere un nuevo paradigma de la complejidad, holístico, que parta de la contextualización histórica que permita poner en el centro de atención la praxis, alejado del aldeanismo y del cosmopolitismo; y que hace falta una nueva gramática social que posibilite el desarrollo de una socialidad democrática basada en justicia, equidad, inclusión, horizontalidad, libertad, sustentabilidad, calidad, cooperativismo y asociación. En este mismo sentido. Boaventura Santos (2001: 183) considera que el esfuerzo teórico que está por emprenderse debe incluir una nueva teoría de la democracia que permita reconstruir el concepto de ciudadanía; una nueva teoría de subjetividad que permita reconstruir el concepto de sujeto; y una renovada teoría de la emancipación que no sea más que el efecto

³² Tanto Paolo Virno como Michael Hardt y Toni Negri han desarrollado la noción de multitud, la cual a decir de Bensaid (2006) tiene como cualidad su capacidad descriptiva de inclusión de características de diversas manifestaciones de *movimientos sociales*. La multitud aparece como nuevo sujeto de emancipación, que según Virno, surge de la indiferenciación posmoderna entre esfera privada y esfera pública, entre productor y ciudadano. La multitud expresaría nuevas formas de vida, de subjetividad y de democracia no representativa.

³³ Para Santos (2001: 180), es impensable el abordaje de los *movimientos sociales* desde una teoría unitaria, dada las diferencias que entre ellos existen a nivel de objetivos, ideologías y base social.

³⁴ Radica en tomar postura ante la composición de estos movimientos en relación a los conceptos de clase o grupo. Una primera postura plantea que los *movimientos sociales* deben entenderse desde criterios de clase. Una segunda postura considera que los protagonistas de estos nuevos movimientos no son clases sociales, sino grupos definidos en función de intereses colectivos localizados, pero potencialmente universalizables (Santos, 2001: 180).

³⁵ Este debate consiste en el acento que se le otorga a la estructura y a los derechos ciudadanos. Santos (2001: 180) esboza el sentido de este nivel del debate estableciendo que mientras que para algunos los movimientos sociales se desarrollan en una lógica política y ciudadana, de exigencia al Estado, de contactos con las instituciones de la democracia representativa, lo cierto es que las luchas en contra de las formas de opresión y exclusión no pueden superarse a través de la concesión de derechos ciudadanos -abstractos y universales, sino que requieren transformaciones estructurales y culturales concretas, inmediatas y locales; y que a pesar de que se ubican en el marco de la sociedad civil, es necesario mantener distancia respecto al Estado.

teórico de las dos primeras teorías en la transformación de la práctica social llevada a cabo por el campo social de la emancipación.

Contemplando estos debates como referentes, en este trabajo se entendió por *movimiento social* aquel tipo de actor colectivo que se caracteriza por la participación voluntaria de sus integrantes; la estabilidad relativa de sus actividades; la homogeneidad entre sus miembros, a partir del compartir objetivos; por el contar con una línea de acción coordinada y organizada; y tener una participación frecuente en el ámbito político, con lo que incide en la gestión de un conflicto social. Operativamente, se puede caracterizar a un *movimiento social* como aquel tipo de actor político-colectivo de tipo movilizador, participativo, que se orienta por objetivos de transformación a través de prácticas, generalmente no convencionales, que actúa con cierta continuidad, a través de un alto nivel de integración simbólica y un bajo nivel de especificación de roles, y que se nutre de formas de organización y acción diversas (Ibarra, Gomá, González, Martí, 2002: 23-24, 29-30).

Los *movimientos sociales* generan cambios en los cuatro ámbitos de la actividad política: el simbólico, con cambios en los valores, opiniones, conductas e identidades; el interactivo, haciendo emerger nuevos actores políticos, modificando la estructura de representación política y los sistemas de alianzas; el institucional, habilitando nuevos procedimientos, espacios y mecanismos de relación con las autoridades; y el sustantivo, modificando ciertas políticas sociales, obteniendo derechos y creando oportunidades para la movilización (Ibarra, Gomá, González, Martí, 2002: 51).

Como resultado de la revisión y sistematización de aportes que realizan diversos estudiosos de los *movimientos sociales*, sugerimos las siguientes categorías orientadoras para la comprensión de este concepto, a las cuales consideramos como herramientas analíticas permite recuperar en su existencia compleja, las diversas manifestaciones empíricas de estas expresiones sociales.

Por sus orígenes. Un *movimiento social* surge a partir de la presencia de tensiones estructurales que afectan determinados intereses. Aparece ante la ausencia de otros actores con voluntad de enfrentar la problemática. Emerge por la existencia de personas inconformes con el orden existente y con la manera en que se enfrentan los conflictos que en él se desarrollan. Se manifiesta a partir de personas dispuestas a agruparse y movilizarse

de forma horizontal, participativa, solidaria, con integración simbólica y con bajo nivel de especificación de roles (Ibarra, Gomá, González, Martí, 2002: 53)

Por sus estrategias. Los *movimientos sociales* se caracterizan por su variedad en recursos materiales, discursivos, simbólicos y cognitivos para adaptarse a las redes, desde las que elaboran políticas y toman decisiones (Ibarra, Gomá, González, Martí, 2002: 10)

Por su composición. Siguiendo a Guerrero (1996), Santos (2001: 181) y Zibechi (2007), se puede establecer que los *movimientos sociales* son multidimensionales en su composición de clase, edad, género y etnia. Como grupos específicos, se encuentran unidos por experiencias sociales compartidas, que de cualquier forma albergan contradicciones y fragmentaciones, lo que les resta posibilidades de articulación y unificación.

Por su tipología. Desde una tipología de los *movimientos sociales* éstos pueden caracterizarse por contar con una estructuración horizontal, variable, informal y a través de redes; por el uso de un discurso transversal; por un ámbito de intervención social no convencional; por una orientación hacia el poder caracterizada por la búsqueda de cambio y el enfrentamiento; por una estrategia basada en el conflicto; y por sus recursos sustentados en miembros comprometidos (Ibarra, Gomá, González, Martí, 2002: 25).

Por sus principios. En la tesis de Vasconcelos (1994) y Fals Borda (1989), los *movimientos sociales* actuales tienen como principios la valoración del ejercicio de la ciudadanía, el civilismo, la autonomía, la tolerancia pluralista, la ayuda mutua y la democracia directa y participativa.

Por su carácter. Los *movimientos sociales* tienden a manifestarse como procesos de acción colectiva, espontáneos, reivindicativos, identitarios, solidarios (Lopes de Souza, s/d; Guerrero, 1996) y autónomos (Fals Borda, 1989; Vasconcelos, 1994; Santos, 2004: 62). Sin embargo, y a pesar de estas características, para Rossanda (2007), esto no garantiza que este tipo de movimientos se manifiesten como un sujeto anticapitalista.

Por sus objetivos. Desde el punto de vista de Fals Borda (1989), Guerrero, (1996), Lopes de Souza y Santos, (2001: 178, 179), en general, los *movimientos sociales* actúan de manera localizada. Sus objetivos son limitados, aunque sus finalidades concretas dependen del carácter y grado de maduración alcanzada, de los intereses específicos o colectivos que les muevan a actuar y de su postura ante el poder estatal, (alcanzarlo, negarlo o influirlo).

Por sus demandas. Las demandas de los *movimientos sociales* responden a una lucha por satisfacer sus necesidades, y en algunos casos pasar de la protesta a la propuesta (Fals Borda, 1989).

Por sus formas de organización. Desde la perspectiva de Vasconcelos (1994), Pont (1998), Guerrero (1996) y Santos (2001), por su organización, los nuevos movimientos sociales se caracterizan por su intento de alejarse de los esquemas paternalistas, clientelistas y de organización jerárquica. De ahí que sus estructuras organizacionales asuman formas elementales y tiendan a ser descentralizadas.

Por su funcionamiento. En su funcionamiento, los *movimientos sociales* buscan alejarse de la complejidad, el autoritarismo y la verticalidad. De ahí que sean formas de asociación semi/formal, que procuran un funcionamiento horizontal, descentralizado, participativo y autonómico, que pretendan favorecer el empoderamiento de la sociedad civil (Guerrero, 1996). Aunque en muchas ocasiones, sus comportamientos son informales y difusos, basados en convicciones y emociones (Fals Borda, 1989; Guerrero, 1996).

Por sus métodos. Para Fals Borda, (1989), Vasconcelos (1994), Guerrero (1996) y Salazar y Miller (2007), los *movimientos sociales* sugieren formas novedosas de participación y representación política independientes del Estado, los gobiernos, los partidos y los políticos profesionales, en vías de resolver problemas pobreza, injusticia y violencia, por ejemplo. En este sentido, legitiman los métodos civilistas/pacifistas, el diálogo, las negociaciones, la apertura pluralista y ética, y la democracia plebiscitaria, que pone en entredicho a la democracia procedimental dominante.

Por su institucionalización. Respecto a la posibilidad de institucionalización de los actuales *movimientos sociales* no hay una postura común de los investigadores. Por ejemplo, mientras Zibechi (2007) no considera que en estos movimientos ocurra una institucionalización mediante la instauración y posterior separación de sus dirigentes respecto al conjunto del movimiento, Arias (2008: 38) plantea que los movimientos se institucionalizan, en un marco en que la sociedad también ve modificado su sistema institucional.

Por su crítica. Para Fals Borda (1989), Guerrero (1996) y Santos (2001: 178), los *movimientos sociales* generalmente tienden a desconfiar de la forma tradicional de hacer política, y contribuyen a desestatizar la concepción de poder y a re/politizar a la sociedad

civil: politizan lo social y lo cultural, abren otras posibilidades de construcción de ciudadanía, que rebasa los límites de la ciudadanía liberal y de la ciudadanía social. Su crítica no se reduce a las relaciones de clase, sino que se extiende a las formas de regulación capitalistas de carácter trans/clasistas que abarcan la producción, el descanso y las interrelaciones en la vida de los individuos, es decir las formas de dominación política, social y cultural más amplia.

Por sus prácticas. Un *movimiento social* puede entenderse también como una forma de acción política colectiva que está antecedido por un conflicto que trata de resolverse a través de la movilización (Ibarra, Gomá, González, Martí, 2002: 53). Aunque las acciones políticas de los movimientos sociales generalmente son defensivas (Gunder Frank y Fuentes, 1987), y tienden a desarrollarse por fuera de las instituciones tradicionales (Santos, 2001: 180-182). Se manifiestan multidimensionalmente en sus sentidos de acción colectiva (Santos, 2001: 182); favorecen una movilización organizada que cuenta con liderazgo (Guerrero, 1996); estimulan formas de control e intervención de los ciudadanos sobre gobernantes (poder popular, cabildos abiertos, plebiscitos, referendos); propician formas territoriales diferentes de gobierno o de régimen (como el Estado-Región), que descomponen la territorialidad dominante y cuestionan las unidades de poder prevalecientes (Fals Borda, 1989); y crean formas más eficientes y descentralizadas de organización administrativa (como provincias y distritos autónomos), bajo criterios de regionalización ecológico/cultural, que busca reflejar la dinámica real de la vida comunitaria y conformar nodos de poder a partir de la experiencia autonómica (Fals Borda, 1989). Es así que en conjunto, los movimientos sociales generan un desorden simbólico en tanto reflexión de la sociedad sobre sí misma (Arias, 2008: 38)

Por sus interacciones. Los *movimientos sociales* son multidimensionales en sus relaciones (Santos, 2001: 182). El Estado es su principal interlocutor para expresar sus demandas o para oponerse a sus políticas públicas (Guerrero, 1996), y no tienen a los partidos políticos ni a los parlamentos como destinatarios principales de sus acciones y demandas (Pont, 1998). La coordinación que se da entre los diferentes grupos es una manera de interacción, la cual tiende a potenciar las posibilidades de fortalecimiento interno, la extensión de su actuación externa y la creación de condiciones para la emergencia de procesos para su institucionalización (Fals Borda, 1989).

Por sus funciones. Las funciones que cumplen los *movimientos sociales* se reconocen de distinta forma por diversos autores. Guerrero (1996) señala que contribuyen a fortalecer a la sociedad civil; a la formación de identidad y a la des-atomización de los sectores subalternos. Fals Borda (1989) plantea que sus funciones son llenar el vacío político dejado por los partidos, proponiendo formas alternativas de sociedad y de contrato social y configurarse en sujetos históricos protagónicos, ya que de eso depende el futuro como naciones y pueblos. Gunder Frank y Fuentes (1987), identifican su función en el sentido de constituirse como agentes de transformación social. Para Almeyra (2005) los movimientos sociales favorecen la construcción de una nueva subjetividad; tienden a incluir la discusión sobre la autogestión; a transformar las relaciones entre los mismos trabajadores; a construir solidaridad por arriba del interés privado; a edificar sinergias con otros movimientos y alianzas con otros actores sociales; a funcionar en todo lo que sea posible en forma no capitalista, con autogestión; a eliminar la división entre dirigentes y dirigidos; a hacer que cada uno sea dirigente de sí mismo y dirigido por un colectivo del cual es parte activa y consciente; y a coadyuvar a la generación de confianza y saberes colectivos. Para Santos (2004: 22, 25), los movimientos sociales cumplen la función de ampliar lo político, al transformar las prácticas dominantes; y al aumentar la ciudadanía y la inserción en la política de actores sociales excluidos, de esta manera transformar la gramática social vigente. Para Zibechi (2007) sus funciones son crear cotidianamente relaciones sociales nuevas, diferentes a las hegemónicas/estatales, que permiten crear mundos nuevos, que no son una calca de las formas de los opresores; y construir poderes no estatales, dinámicos, discontinuos, con lógicas y formas de funcionamiento distintas. Para Robinson, Valdés y Miller (2007) la función de estos movimientos es fomentar los lazos sociales, recuperar la memoria histórica y convertir las prácticas cotidianas en prácticas políticas sabias. En tanto que para Arias (2008: 37-38) los movimientos sociales cumplen la función de proponer concepciones alternativas sobre lo que consideran que es bueno para la sociedad, colocándolo en el diálogo público, llevándolo fuera del ámbito privado; favorecer del debate público, plural, que puede generar las transformaciones sociales; y evidenciar las conclusiones provisionales que la sociedad construya sobre sí misma a través las acciones de sus actores.

Por su comunicabilidad. Las funciones de las acciones colectivas de los movimientos son variadas: comunicar y transmitir las demandas; generar solidaridad e identidad entre sus miembros; convencer a los participantes de que cuentan con una fuerza mayor de la que realmente poseen; y desafiar a sus opositores mediante la generación de incertidumbre a partir del costo que pueden generar sus acciones (Ibarra, Gomá, González, Martí, 2002: 36-37).

Por sus limitaciones. Los nuevos movimientos sociales debido a su multidimensionalidad, pluriclasismo, y carácter reivindicativo específico, se manifiestan como procesos complejos, frágiles, inestables, volátiles, cíclicos y efímeros (Guerrero, 1996).

Por su permanencia. Muchos movimientos tienen una existencia coyuntural; y sus líderes han sido cooptados o reprimidos aunque algunos movimientos tienden a superar su coyunturalismo y su localismo (Gunder Frank y Fuentes, 1987; Fals Borda, 1989).

Por su visibilización. Para que sus propósitos tengan impacto en la sociedad los *movimientos sociales* deben superar varios obstáculos, uno de ellos el conseguir cobertura de los medios de comunicación³⁶, y si es posible a través de una cobertura favorable, para amplificar su mensaje, bajo el presupuesto de que lo importante no es llegar a los medios, sino el ser capaces de introducir su demanda en la agenda gubernamental. Se trataría de superar la fase de denuncia, de censura y manipulación de la información y cuestionar el carácter empresarial privado de los propios medios. Para obtener visibilidad social, solidaridad y fuerza, los movimientos sociales tienen que diseñar y desarrollar acciones eficaces de protesta que atraigan la atención de los medios de comunicación de masas; y buscar que los medios no oculten los objetivos del movimiento e involucrar en sus acciones al mayor número de personas. Esto a sabiendas de que los medios no sólo tienden a privilegiar la opinión de los gobiernos, sino que, además, cuando atienden las protestas, lo hacen resaltando su forma pero no las posturas de los manifestantes; difunden el hecho, pero no las razones que motivan la movilización. Es así que sólo generando noticia mediante la utilización de tácticas que llamen la atención y susciten el debate; y desarrollando acontecimientos públicos con golpes de efecto es que los movimientos

³⁶ “Actualmente ya nadie puede lanzar una acción sin el apoyo de los media. Es tan simple como eso”, dice Bourdieu (2002: 491).

pueden traspasar las barreras de los medios de comunicación, aunque el costo sea la estigmatización o la absorción teatralizada de sus manifestaciones³⁷. Paralelamente, es necesario que los movimientos establezcan relaciones cordiales con los medios para obtener un beneficio mutuo (Ibarra, Gomá, González, Martí, 2002: 30, 38, 49; Castells, 2009: 160, 225, 436). Por otro lado, para favorecer su visibilización, los movimientos pueden utilizar las redes de comunicación horizontales y los medios mayoritarios para difundir mensajes, y así aumentar sus posibilidades de promover el cambio político y cultural, aunque se inicie desde una posición subordinada (Castells, 2009: 397).

Se podría cerrar este trayecto de clarificación del concepto de movimientos sociales con el apoyo de lo que plantea Jorge Alonso (2007). Para él los movimientos sociales una forma de respuesta a las tensiones presentes en los diferentes niveles de la sociedad, que no responde a leyes prefijadas. Desarrollan procesos de acciones políticas reivindicativas colectivas, tradicionales e innovadoras, que expresan a través de palestras ya existentes o creadas por los propios movimientos. Asumen forma de redes de conexión formal e informal que desafían a los poderes hegemónicos, y generan repercusiones en diferentes niveles y con distintos alcances. Se constituyen por personas voluntarias que se respaldan en repertorios de significados compartidos, intereses comunes, identificación de adversarios comunes y procesos de constitución de identidad. Y se pueden manifestar con diferentes formas de permanencia cíclica, breves o sostenidas, y en formas de institucionalización.

Entonces, si colocamos a los movimientos sociales en el centro de un conjunto de procesos que se desarrollan en campos sociales de relaciones de fuerzas entre agentes, encontraremos que estos movimientos se caracterizan por poseer dimensiones de acción ciudadana entre las que se pueden mencionar la económica, la social, la política, la cultural y la comunicativa. Desde estas dimensiones es que se desarrollan expresiones de lucha por construir ciudadanía mediante la adquisición de derechos, asunción de responsabilidades, ejecución de prácticas y establecimiento de relaciones de pertenencia, buscando identidad. Todo esto se traduce en diferentes posturas de reconocimiento de ciudadanía como derechos de expresión, pensamiento culto e igualdad; derecho de elegir y participar en asuntos públicos; derechos al bienestar material; derecho a la convivencia en la diversidad;

³⁷ Partiendo del hecho de que la televisión crea realidades, el propio Bourdieu (1997: 31) sugiere que los movimientos sociales utilicen recursos que les permitan ser atendidos televisivamente, para de esta manera crear formas de ver la realidad distintas a las que ofrece la televisión misma: que es necesario crear manifestaciones para la televisión, que generen interés en la gente, para que ésta se encargue de difundirlas más extensamente.

y derechos a la participación en las decisiones económicas. A través de todos estos procesos, desde los movimientos se busca el establecimiento, la defensa, la ampliación o la innovación de los derechos ciudadanos; y se manifiesta un propósito de construir *lo público/ciudadano* como el conjunto de asuntos abiertos, visibles y de interés general.

3.3.3 Movimientos sociales y *frames*.

La perspectiva de análisis del *enmarcamiento* surge como parte del enfoque de los nuevos movimientos sociales³⁸. A través de la categoría de *marcos para la acción colectiva* el enfoque del *enmarcamiento* (*framing*) pretende ser un aporte a la comprensión de los procesos de producción y difusión de los elementos ideológicos y culturales que hacen posible el paso de la acción colectiva a movilización social (Chihu, 1999: 41; 2000: 448-450). En este sentido, los movimientos sociales pueden considerarse como expresiones históricas situadas, desde donde se construyen significaciones a partir de *marcos* (*frames*) que operan como cosmovisiones, constituidas por significados simbólicos, conceptos compartidos, representaciones de conductas y eventos, además de indicaciones cognitivas, evaluaciones y pautas de acción alternativas.

Adicionalmente podemos decir que los *marcos* (*frames*) construidos desde los movimientos sociales poseen características fundamentales como las siguientes: mostrar u ocultar un problema social; destacar ciertos aspectos de una situación y no considerar otros, para sobre esta base definir el sentido de la situación en general; puntuar, ordenar y señalar los elementos de esa realidad exterior; establecer dicotomías como las de justo-injusto, moral-inmoral, propio-impropio; desarrollar procesos de atribución tipificada de responsabilidades y de articulaciones a actores o instituciones; favorecer orientaciones de articulación, para enlazar y alinear una diversidad de acontecimientos y situaciones y darles

³⁸ En la década del setenta del siglo pasado se desarrolla el enfoque sobre la “movilización de recursos” para el análisis de los movimientos sociales, en tanto estudio de las expresiones de decisiones racionales de actores con objetivos definidos, en el marco de crisis coyunturales. Con este antecedente, a finales de la década de los ochenta es que surge el análisis de los llamados nuevos movimientos sociales (Chihu, 2006: 13). Como parte de estos contextos, el “análisis de los marcos” (*frame analysis*), aplicado a los movimientos sociales, resulta de una tradición sociológica de investigación estadounidense que se desarrolló a mediados de la década de los años ochenta del siglo pasado (Chihu, 2006; López y Chihu, 2008). Destacan en este ámbito Gamson (1992), Gerhards (1995), Della Porta (1999), David Snow y Robert Benford (1992). Mientras que en el campo iberoamericano se reconocen los aportes en este terreno de Antonio Rivas (1998) y Enrique Laraña (1999). Los antecedentes lejanos de este tipo de estudios se encuentran en los trabajos de investigación sobre el comportamiento colectivo realizados desde la Escuela de Chicago a principios del siglo XX.

una lectura significativa común; y estimar los resultados de la movilización en torno a dicho problema (Chihu, 1999: 43, 44, 47-48; 2006: 10). Los símbolos cumplen una función importante en la constitución de los *marcos (frames)*, en tanto que fungen como elementos aglutinadores de significaciones e intereses. Es así que a partir de interpretaciones simbólicas, los movimientos construyen sus puntos de vista sobre la realidad social produciéndolos desde determinados *marcos (frames)*, y favoreciendo su reproducción (Sádaba, 2008: 41).

La dinámica de despliegue de los *marcos (frames)* incluye el momento de reconocimiento del problema como propio y el convencimiento de la necesidad de movilizarse en busca de una solución. Además de que los *marcos (frames)* se traducen en discursos sociales interpretativos, que sirven de marcos de referencia para la acción colectiva de los movimientos. Estos *marcos (frames)* tienen su repercusión en la misma acción, dada su función de dispositivos que otorgan sentido a los problemas sociales. De esta forma es que los *marcos (frames)* operan como elementos de mediación entre las estructuras de oportunidad, las estrategias organizativas y la acción colectiva, al mismo tiempo que se presentan como resultado de la experiencia personal, la memoria colectiva y las prácticas culturales objetivadoras (Ibarra, Gomá, González, Martí, 2002: 44, 47). La consecución adecuada de la construcción de *marcos*, crea las condiciones para potenciar la capacidad movilizadora de una organización.

La relevancia que tienen los *enmarcamientos (framing)* en la existencia y desarrollo de los propios movimientos sociales plantea que una tarea de los actores que participan en procesos políticos ha de ser la producción de interpretaciones sobre los asuntos públicos, que realizan a través de la presentación también pública de *enmarcamiento (framing)*. Esta presentación toma la forma de discurso, en tanto diálogo social entre actores individuales y/o colectivos. A través de estos discursos se negocia y se disputa la producción y la reproducción de la realidad social mediante la interacción comunicativa, que permite objetivar las formas simbólicas (López y Chihu, 2008: 697). A esto se ha de añadir que el uso de rituales y de la misma televisión se constituye en aspectos importantes en la construcción de estrategias de enmarcado/simbólico que repercuten en procesos de construcción de identidad colectiva (Chihu (1999: 53), los cuales, a su vez, marchan de

forma paralela al proceso de *enmarcamiento* (*framing*) que realizan los movimientos sociales.

Pero el proceso de enmarcamiento (*framing*) se complejiza en el momento en que se construye un **alineamiento de marcos** (*frame alignment*). Para Snow (1986) y Chihu (2006: 18) esto se refiere a la capacidad de de enlazar o alinear el conjunto de intereses, valores y creencias personales, con las actividades y objetivos de los movimientos sociales. Representa el nexo de congruencia y complementariedad entre las orientaciones interpretativas de los sujetos (intereses, valores, creencias, actividades, metas e ideología) y las de los movimientos sociales (Chihu, 1999: 44)³⁹. La dimensión comunicativa del alineamiento de los marcos, ya sea desde los movimientos o desde los medios, se relaciona estrechamente con la capacidad de construir mensajes significativos y el transmitirlos con las estrategias adecuadas (Klandermans, 1994). Los contenidos de los *marcos* (*frames*) pueden ser social, política, económica y culturalmente pertinentes, pero comunicativamente insuficientes. En este terreno es que es importante tener claro el tipo de *marcos* (*frames*) que se pretende construir, y el cómo, para qué, hacia quién y a través de qué hacerlos.

A todo esto se puede incorporar la noción de **marcos interpretativos generales** (*master frames*), a los que se puede entender como marcos maestros desde donde se interpretan acontecimientos y experiencias a partir de una determinada clave, lo que permite hablar de lo que sucede en el mundo con sentido. Las funciones de estos marcos generales son las de favorecer atribuciones, articulaciones y movilización (Chihu, 2006: 23), para lo cual tratan de explicar la realidad desde determinados valores; diagnosticar problemas señalando causas y responsables; y movilizar con base en indicar la importancia que tiene la acción colectiva (Tijerina, 1998: 135; Snow y Benford, 1992).

³⁹ A esto se puede añadir que el *frame alignment* implica de parte del movimiento social cuatro momentos: punteo o acercamiento de marcos del movimiento a los marcos de las personas (*frame bridging*), a partir de lo que tienen en común; la amplificación de los marcos (*frame amplification*), que consiste en modificación de los marcos de los individuos mediante clarificación o reforzamiento de sus elementos (valores y creencias), buscando mayor integración y coherencia; la extensión de marcos (*frame extensión*), que implica de parte de la organización una aproximación de su ideología, metas y actividades a los intereses, valores y creencias de las personas; y la transformación del marco (*frame transformation*), que consiste en la creación de nuevos valores, creencias e intereses en los individuos por parte de la organización (Chihu, 1999: 44-46; 2006: 18-21; Sádaba, 2008: 46).

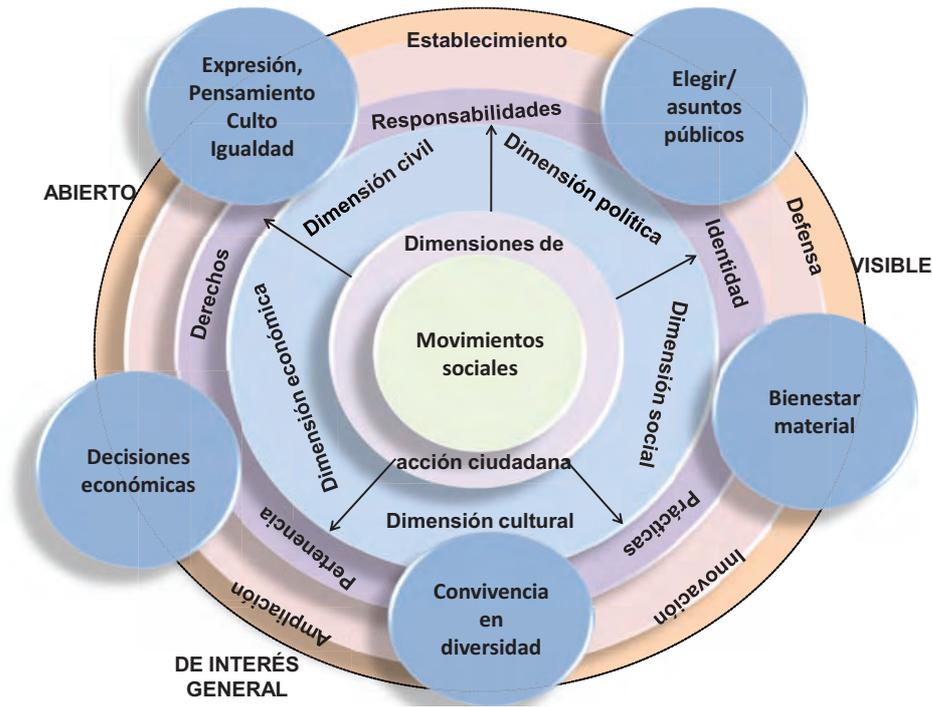


Figura 3. Movimientos sociales, ciudadanía y *lo público*.

3.4 Noticieros televisivos.

3.4.1 Noticieros televisivos: estado de la cuestión.

El estudio de la comunicación aparece como un elemento transversal a todas las disciplinas de las ciencias sociales en el sentido que lo considera Sánchez (2002). Estudios preocupados por la trayectoria de construcción de la comunicación sus campos y sub/campos se encuentran en trabajos como los de Michel y Armand Mattelart (1997), Curran (1998), McQuail (2001), Jensen (2002), y Fuentes Navarro (1991). Así se puede decir que el interés por la comprensión de los fenómenos comunicativos tiene larga data, proviene de diversas fuentes, aun antes de H. Lasswell. Esbozos de reflexión sobre aspectos asociados a la comunicación los encontramos en Marx (1979) desde sus *Manuscritos económico/filosóficos de 1844*; en trabajos de Federico Engels (1970) como el de *El papel del trabajo en la transformación del mono en hombre*; en aportes a la comprensión de la subjetividad, desde la sociología de Durkheim (2004) o desde la sociología comprensiva de Max Weber (1974). También desde la filosofía fenomenológica con Husserl (1995) y la

perspectiva constructivista de Schutz (1993), se coloca en el centro de la reflexión la búsqueda de explicaciones sobre los procesos de producción de sentido en el mundo social.

El desarrollo de la llamada sociedad de masas colocó en el centro de la inquietud investigativa los procesos de configuración de los sujetos como colectividad y el papel que cumplen los medios de masas en los mismos. Como parte de estas preocupaciones en los primeros años del siglo veinte, Max Weber (1992) comenzó la reflexión sobre las repercusiones informativas en los lectores de la prensa en el contexto de la sociedad de masas. En estas condiciones se ubican los estudios pioneros sobre el papel de la información y los medios en la configuración social y política de las colectividades. Por el tema que ocupa esta investigación, se puede decir que entre estos estudios se destacan los trabajos del escritor y periodista estadounidense Walter Lippmann sobre libertad, noticias, y la función de los medios en la construcción social de estereotipos y en la definición de la opinión pública, además de otras temáticas relacionadas al ejercicio periodístico⁴⁰. De la misma manera, John Dewey (Dewey, 2004), desde una visión instrumentalista/pragmática, se preocupó no sólo por cuestiones educativas formales, la libertad y la cultura, sino también por cuestiones de “el público”, “la opinión pública” y sus problemas, que es donde se ubica su texto clásico de *La opinión pública y sus problemas*. En este mismo terreno se colocan las preocupaciones de Lasswell (1985)⁴¹ por desarrollar las primeras estructuraciones modélicas sobre los procesos de comunicación desde lo que podría considerarse el enfoque funcionalista/administrativo de esta disciplina. Desde la llamada Escuela de Chicago (Mattelart, 1997), a través de Robert E. Park y Louis Wirth, también provienen aportes para la comprensión de la comunicación en su dimensión de fenómeno de masas en construcción, a partir de las formas urbanas emergentes en su relación con interacciones y representaciones sobre la realidad construidas por los sujetos. Una aproximación mayor a la dimensión informativa de la comunicación se encuentra en las discusiones sobre el sentido de la libertad de expresión y de prensa, la construcción de noticias, la ética periodística, la responsabilidad social de los medios y su importancia para

⁴⁰ Precisamente, un texto de Lippman, considerado como clásico por los estudiosos de los procesos asociados con los medios, y particularmente la prensa, es *Public Opinion* (2003), que trató de la formación de un modelo de opinión pública.

⁴¹ De ahí se destaca su propuesta de estudio de los diferentes componentes y fases de la comunicación, las funciones de los propios medios y el tipo de análisis que corresponde a cada caso. Después vendrían sus reflexiones que explicitan de mayor forma los aspectos políticos de su perspectiva en trabajos como *Psicopatología y política* (1963) y *El futuro de la ciencia política* (1973).

la construcción de sociedades democráticas, que se tradujo en formulaciones teóricas como la perspectiva autoritaria, la libertaria, la totalitaria y la de responsabilidad social (McQuail, 1991, 1998).

Los estudios de la producción de información se han realizado desde diferentes enfoques. A Park y Lippmann, con sus aportes a inicios del siglo XX, se les considera pioneros de la sociología del periodismo. En ellos destaca su inquietud por considerar a la noticia como un producto social (Hernández, 1997: 217). Desde la perspectiva de economía política de la comunicación (Mattelart, 1997), se contempla la producción de información dentro del marco de un mundo configurado por la predominancia del imperialismo cultural⁴². Otro acercamiento más al estudio de la producción de información noticiosa es la que corresponde a la propuesta del *gatekeeper* (guardabarrera, filtro). Esta propuesta forma parte de la tradición investigativa de noticias en Norteamérica⁴³. Desde la perspectiva del *gatekeeper* se busca clarificar el conjunto de factores ideológico/organizacionales, contextos y procesos que intervienen en el proceso de selección de noticias para estructurarlas y difundirlas (Gomis, 1991; Lozano, 1996; McQuail, 2001).

En la década de los setenta del siglo pasado, desde el enfoque de los *media sociology* (Cervantes Barba, 1996; Hernández, 1997: 212) se procuró pensar la producción comunicativa, y particularmente la producción de noticias, colocándola en los marcos sociales de perfiles de productores, las prácticas y rutinas de producción de los comunicadores/periodistas, los ambientes organizacionales y las vinculaciones orgánicas entre las empresas de medios y demás instituciones sociales, que definían el tipo de productos noticiosos que se ponían a circular. Se entendió entonces a la noticia como una reconstrucción de la realidad (Hernández, 1997: 217). En este contexto emergió la propuesta analítica de la sociología de producción de noticias (*Sociology of News Production*) como un sub/campo de investigación de la comunicación que se ubica dentro del campo más amplio de la sociología de los medios (*Media Sociology*) (Cervantes, 1996a: 51), y que trata de analizar desde una perspectiva sociológica el proceso de producción de

⁴² De donde se desprende la importancia de estudiar las condiciones materiales desiguales de producción de información entre los países centrales y los periféricos, bajo una lógica de dominación capitalista y de acuerdos estratégicos entre empresas y Estados que controlan los flujos de información.

⁴³ Se inicia con un estudio de David White en 1950 que explicaba el contenido de las noticias en función de los intereses ideológicos de los editores. Más tarde se encontraría que en estas decisiones actuaban mediaciones organizacionales (recursos, formatos, políticas internas) y mediaciones externas a la empresa periodística (exigencias del mercado) (Hernández Ramírez, 1992: 239).

mensajes noticiosos (Hernández, 1997: 210), en una especie de comunicología de los medios. Sus antecedentes externos se encuentran en trabajos como los de Lippmann y Park. En este tipo de estudios se coloca en el centro del análisis las diferentes variables de interacción social que operan en la definición del trabajo de los periodistas, asumiendo determinadas características (Hernández, 1995; Wolf, 1997). Se destacan cuestiones como el origen de la información a partir de las fuentes, los criterios de valoración de la información y de noticiabilidad y la auto/percepción de los propios periodistas.

En esta misma tradición, el análisis de los valores noticiosos aparece como una hipótesis que se desarrolla dentro del marco de la sociología de Medios (*Media Sociology*) y que responde a diferentes propuestas de tratamiento. La pregunta central de la que se parte es: ¿quién decide qué se hace noticia, y bajo qué criterios? (Cervantes, 1996a: 55, 57). Buscando dar respuesta a esta interrogante es que se pone atención a la práctica periodística en los niveles de recolección y procesamiento de la información que se convertirá en noticia (Cervantes, 1996: 91, 92). Los valores pueden clasificarse como implícitos y explícitos. Los primeros se identifican a partir del análisis textual de las noticias, en tanto que los segundos se pueden analizar a partir de entrevistas y encuestas⁴⁴ (González Molina, citado por Cervantes, 1996: 95).

Sobre el origen y el sentido de los noticieros televisivos se destaca el aporte de Eliseo Verón (2001), el cual señala la manera en que “las actualidades cinematográficas” proyectadas en los cines se constituyeron en los antecedentes de los noticieros televisivos actuales, y la importancia que tenía el contacto como característica que resultaba de la articulación entre imagen y palabra.

Siguiendo la propuesta de Shoemaker y Reese, Cervantes (1996: 98-100; 1996a: 51) identifica niveles que ejercen influencia en el contenido de las noticias. Entre éstos se pueden contar el factor individual o profesional asociado a valores, creencias y actitudes personales/roles profesionales y éticos. Y también al poder de los periodistas dentro de la organización informativa. Otro de los niveles es el constituido por las rutinas de producción/ organizacional en el que se ubican los procesos de recolección, selección,

⁴⁴ Continuando los planteamientos de González Molina, Cervantes (1996: 96) señala que en el primer caso se analizan las áreas y los lugares donde se produce la noticia (geografía); los actores públicos donde se originan las noticias; los temas noticiosos temas que son noticia, y los actores mencionados en las noticias, que cumplen una función fundamental en la definición de los eventos. En el segundo caso se analizan las coberturas que en el noticiero se dan a actores, instituciones, conflictos.

elaboración y transmisión de información; la planeación de la cobertura, los criterios de selección relativos a las fuentes, las características de la audiencia y las necesidades de la organización; la jerarquía de autoridad que prevalezcan y el tipo de relaciones de poder y procesos de negociación entre periodistas, redactores, editores. Un nivel más que se puede hacer presente en los contenidos de las noticias es el institucional, en el que se encuentran las relaciones de los periodistas y de la organización con las fuentes; las características de los editores como periodistas y como empresarios; la vinculación de la organización de medios con otras organizaciones de su tipo, con otras instituciones sociales y con grupos civiles; los factores económicos que rigen la producción de noticias; y las presiones ejercidas por grupos de poder externos a la organización. Finalmente, el nivel ideológico en que se considera la visión del mundo que se transmite a través de las noticias; las imágenes y representaciones de la realidad social de los periodistas; y el control de la información permeado por el control social.

Otro de los modelos que se reconoce para el análisis de la selección de noticias es el *finalista*, que responde a la teoría de la "actualización instrumental" (*Instrumentelle Aktualisierung*) (H. M. Kepplinger, 1989, citado por Humanes⁴⁵). Desde este modelo los factores noticiosos se consideran como efectos de las decisiones de noticiabilizar intencionadamente ciertos acontecimientos a partir de criterios instrumentales orientados a conseguir ciertos fines. Para lograr estos objetivos, los periodistas adscriben y destacan ciertos factores noticiosos a los hechos que se informan.

Por otro lado, está también la perspectiva de los acontecimientos-clave (*key-events*) y la teoría de los conceptos prototípicos (Brosius y Eps, 1995; Kepplinger y Habermeier, 1995). Los *key-events* son aquellas noticias que se refieren a hechos poco comunes y que se presentan de manera espectacular buscando atraer la atención de los televidentes y, de esta manera, generar repercusiones sociales y mediáticas, favoreciendo la publicitación de ciertos hechos semejantes o presentar una nueva faceta sobre un asunto ya abordado. El concepto de prototipo aclara un poco más el papel de los acontecimientos-clave. Desde la perspectiva de los conceptos prototípicos se destaca la importancia de los prototipos concretos como forma de representación que asumen de los esquemas mentales/abstractos.

⁴⁵ Humanes, María Luisa: El encuadre mediático de la realidad social. Un análisis de los contenidos informativos en televisión. Departamento de Sociología y Comunicación Facultad de Ciencias Sociales Universidad de Salamanca, pp. 1-12 en <http://www.comminit.com/en/node/149723/37> (recuperado el 13 de julio de 2010).

Se puede entender así, que los *key-events*⁴⁶ hacen uso de prototipos en el tratamiento de un tema buscando concretizar, en un evento clave, diversas noticias que comparten aspectos básicos con aquél. Aunque en nuestro análisis no hemos recurrido a estos conceptos por el carácter puntual de la investigación, creemos que son de gran utilidad al abordar tendencias en la cobertura periodística de mediano y largo plazo⁴⁷.

En este trabajo hubo interés por atender la dimensión cultural simbólica de las noticias (Hernández, 1997: 218, 220) esto es: las noticias entendidas como portadoras y constructoras de sentido, resultado de un proceso de definición de lo que se consideran valores noticiosos. Es en este terreno donde se buscó encontrar respuestas a preguntas sobre lo que los trabajadores de los espacios noticiosos consideran informativamente valioso a nivel de temas y actores sociales, y las consecuencias sociales de esta notoriedad en los medios (Hernández, 1997: 224-225). Por estas razones, el estudio partió de analizar las noticias televisivas desde el enfoque del *framing*, que corresponde al tratamiento de la noticia. No contemplamos en este trabajo ni la producción de noticias en su nivel de construcción primaria del acontecer (recolección, selección, procesamiento de información), ni nos ocupamos de la rutina de planeación de la cobertura informativa por parte del director de noticias (Cervantes, 1996a: 54).

El criterio de historicidad considerado para el desarrollo de este trabajo, hizo necesario avocar nuestros esfuerzos buscando caracterizar los contextos en que se ubica el problema de investigación que se construyó, y cuyos procesos se expusieron a lo largo de este primer apartado de exposición. En el siguiente capítulo daremos cuenta de los resultados obtenidos en esta tarea.

⁴⁶ Los *key-events* pueden considerarse como prototipos de cobertura noticiosa; son hechos que adquieren relevancia y cobertura. Se manifiestan como hechos clave, como esquemas informativos que posibilitan que ciertos hechos se destaquen como similares, puedan seleccionarse más fácilmente que otros (Sádaba, 2008)..

⁴⁷ Los estudios sobre la producción de noticias iniciaron a mediados de 1980 con los trabajos pioneros de Gabriel González Molina (1986) y continuaron en la década de los noventa con los de María Elena Hernández (1993, 1995), José Carlos Lozano (1995) y Cecilia Cervantes (1993, 1996). Sobre la problemática de medios, televisión, noticias y ciudadanía, particularmente sobre o desde Jalisco encontramos diversos aportes. Una veta de investigadores y estudiosos han dirigido su interés de análisis a los medios jaliscienses (Arredondo, 1986); a desarrollar una cronología de lo que ha sido la evolución de la televisión en Guadalajara (Aceves, 1987); a reconocer la televisión local en relación a su agenda y su manejo informativo (Sánchez Ruiz, 1986a; Aceves González 1991; López Ruelas, 1993); en relación a los valores noticiosos (González Molina, 1986; Cervantes Barba, 1996); en función a modelos teóricos y metodología de aproximación al estudio de la producción de noticias en su nivel primario (Cervantes Barba, 1996a) o en relación a los super-temas en los noticieros televisivos (Orozco y Medina, 2000). También se ha trabajado el vínculo entre medios y ciudadanos (Aceves, 1994), y sobre el papel de la televisión en la formación de ciudadanos (Huerta Wong y García, 2008).

3.4.2 El significado de la información.

En este estudio a la *información* la consideramos como un proceso de interacción significativa, donde participan agentes emisores y receptores colocados en relaciones sociales objetivas. El agente emisor se constituye en la fuente de información, y el receptor o receptores son quienes reconocen los comportamientos que los agentes emisores asumen, los identifican como significativos y tienden a ajustar su comportamiento a éstos. Esto se constituye en una forma de objetivar sus reacciones ante las señales significativas recibidas. En un proceso informativo los agentes emisores desarrollan acciones expresivas en forma de señales, a través de las cuales indican algo a otro agente. En este sentido, los agentes emisores cumplen dos funciones fundamentales: ser fuente de señales y configuradores expresivos de las mismas. A través de esta labor, los agentes emisores manifiestan la implicación que tienen respecto al receptor y se significan a sí mismos (Martín Serrano, 2007: 39-44). Sobre esta base es que se construye el sentido de lo que es un noticiero televisivo y una noticia en el marco de este trabajo.

A esto se puede agregar, que a lo largo de esta investigación consideramos a la *información* como una manifestación del capital simbólico en disputa en el campo mediático. Destacamos que a información se constituye en un ingrediente fundamental en la tarea de construcción de opinión pública y diálogo ciudadano; y en camino privilegiado en el intercambio de ideas, búsquedas de acuerdo, respeto a las diferencias y construcción de alternativas incluyentes, democráticas, interculturales, participativas, diferentes a las que provienen de los grupos mediáticos y del gobierno. Claro, sin hacer del diálogo una apología, ni del consenso un olvido del conflicto de poder. Más bien se trató de entender el intercambio dialogal como una vía para acercarse a “consensos conflictuados” en el sentido que le otorga Chantal Mouffe (2007).

3.4.3 El concepto de noticieros televisivos.

En esta investigación se entendieron los noticieros televisivos como expresiones programáticas de carácter audiovisual, con penetración, inmediatez y percepción de

presencia realista, para el televidente, que lo hace sentirse en el lugar de los hechos; como expresiones de transmisión cotidiana, de señal abierta, y con un horario fijo y cobertura de carácter local; con una estructura que divide su programación en segmentos y secciones; y como espacio que construye su información a partir de géneros periodísticos variados (noticias, reportajes, crónicas, espacios de opinión) y formatos diversos .

Por otro lado, se consideró que los noticieros televisivos poseen multidimensionalidad comunicativa, tecnológica, económica, social, cultural y política, y son espacios que cumplen una función de estabilización e integración de la complejidad del sistema social (Jensen, 2002). Además de que los noticieros televisivos mantienen un perfil que responde a las características de la empresa desde donde emergen y a los contextos de concentración de medios y de competencia por los públicos⁴⁸. Esto hace que aun en Internet, las grandes empresas de medios sigan siendo, en contextos de concentración, las fuentes de referencia fundamental al nivel de noticias (Castells, 2009: 264). En este sentido, la ventaja de los noticieros televisivos es que, siempre y cuando cuenten con la infraestructura correspondiente, podrán ofrecer noticias en movimiento, aunque no las expliquen (López, 1995: 27).

3.4.4 El concepto de *noticia*.

Pero ¿cómo se entendió la noticia en este estudio? Señala Rodrigo (2005: 333) que aunque no existe un concepto único de noticia, sí es posible distinguir una doble tendencia en la construcción de su definición: la que considera que la noticia es un reflejo objetivo de la realidad acontecida, una muestra de objetividad; y la que contempla que la noticia es una construcción social. Por su parte Verón (1983: II) establece lo siguiente:

“Los acontecimientos sociales no son objetos que se encuentran ya hechos en alguna parte de la realidad y cuyas propiedades y avatares nos son dados a conocer de inmediato por los medios con mayor o menor fidelidad. Sólo existen la medida que esos medios los elaboran”.

⁴⁸ Los índices de audiencia ejercen una presión en los medios, particularmente en la televisión, a la que obliga a trabajar bajo criterios de urgencia verbal, de imagen y tratamiento (Bourdieu, 1997: 38)

Siguiendo esta última postura, y con base en los aportes de Hernández Ramírez (1992: 235, 236, 244), Cervantes, (1996a: 53), Martínez (1977: 35-36), Moles (1975: 495) y Rodrigo (2005: 330-332, 334), en esta investigación contemplamos a las noticias como procesos entrecruzados compartidos de construcción sociocultural del acontecer, que se presenta como realidad noticiosa, resultado de un proceso de *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*). La noticia, así, es una forma de representación simbólica de la realidad cotidiana, que tienen su origen en hechos desconocidos, ocurridos o no, interpretados, valorados y significados por los agentes del medio (periodistas) y narrados comunicativamente a un público, provocando interés general y favoreciendo *marcos* de referencias válidos para entender el mundo social y actuar en él.

Los *marcos* (*frames*) son los recursos con los que se forman las agendas. Forman parte de la creación de las noticias, y sirven para su interpretación, además son útiles para establecer ciertas características que establecen límites para la lectura e interpretación de la información que se presenta. En las noticias los *marcos* (*frames*) operan como esquemas interpretativos que seleccionan, simplifican, ordenan, jerarquizan, condensan, codifican, y destacan ciertos elementos informativos, en tanto que marginan, excluyen, invisibilizan y subordinan otros, y sugieren una definición de la noticia que presentan. Es a través de los *marcos* (*frames*) que los hechos toman sentido. Es así que los *marcos* (*frames*) cumplen la función de actuar bajo criterios de inclusión de ciertos elementos y de exclusión de otros, en función de determinadas premisas (Chihu, 2010: 24).

En este sentido, la noticia y sus contenidos se presentan como un *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) donde participan diferentes agentes (políticos, económicos, ciudadanos) de manera particular, en el marco de entornos estructurales y situacionales de intersección de campos. Las noticias, vendrían a ser aquellas informaciones legitimadas de conocimiento que representan hechos, de los cuales hablan; y que, como producto social, desde las empresas de medios, se les considera socialmente relevantes⁴⁹.

⁴⁹ Desde el punto de vista de Böckelmann (1983: 65), citado por Rodrigo (2005: 171-172), existen ciertas reglas desde las que los medios operan para seleccionar los acontecimientos que se proyectan a las audiencias: las referencias a lo personal, privado, íntimo, de muestra de lo humano o de la espectacularización de los conflictos personales; proyección de personajes y situaciones que son presentados como ejemplos de lo exitoso; la información asociada con lo novedoso, lo moderno; las manifestaciones del ejercicio del poder y sus manifestaciones; la distinción valorativa entre normalidad y anormalidad; la violencia, la agresividad y el dolor; la competencia y rivalidad por el estatus; las referencias al

Por sus referentes organizativo/institucionales, una noticia se presenta como una forma de conocimiento producto del uso de métodos y rutinas empleados por los periodistas, en donde intervienen la recolección y selección de información, la producción de las noticias, y los niveles organizacionales. Mientras que institucionalmente la noticia se puede considerar como un producto definido por las fuentes legitimadas y las presiones estructurales que enfrenta un periodista (tiempo, línea editorial, cuota productiva), con base en la competencia por el mercado y la ganancia⁵⁰. De esto resulta la consideración de que la noticia no es un espejo de la realidad, tampoco una simple manifestación de manipulación de la información, ni un producto que proviene sólo de las presiones de grupos de poder, sino resultado de la intervención de muchos factores (Hernández, 1997: 217).

3.4.5 La noticia televisiva como modalidad narrativa.

En esta investigación la noticia aparece como una modalidad narrativa⁵¹ de construcción social, simbólica, cotidiana y pública de la realidad por parte de los medios. De esta manera, la narrativa se erige en la característica principal que asume la transmisión de información en un noticiero televisivo.

Discursivamente, las noticias aparecen como una modalidad narrativa de construcción social, simbólica, cotidiana y pública de la realidad por parte de los medios, entre ellos la televisión. Lo que hace que las noticias sean, así, una reescritura de otra narración, que se produce desde una institución informativa que cumple un rol social institucionalizado y legitimado desde sus propias prácticas y las representaciones que

enriquecimiento económico y material de los sujetos; las crisis y sus manifestaciones; y la proyección de lo extraordinario, lo singular y lo exótico cultural.

⁵⁰ Desde el punto de vista de Clauso (2007: 72-78), la elección de las noticias por parte de los periodistas tiene que ver con su bagaje personal de creencias, ideologías e inclinaciones personales; las preferencias que tengan en materias temáticas; la profundidad que tengan sobre los temas; la intencionalidad definida (que agregamos nosotros, pudiera identificarse como el *habitus*, en términos de Bourdieu), además de los condicionamientos que los medios imponen al proceso de construcción de la noticia se relacionan con el sesgo del medio en materia temática; la ideología que sustenta el medio y los compromisos que mantiene con la clase social a la que representa; los intereses económicos y políticos que representa y defiende (asociados estos elementos al campo, en el mismo lenguaje bourdieano).

⁵¹ En este sentido, una narrativa puede entenderse como: “(...) un conjunto de acontecimientos colocados en secuencia. Pero no es una mera yuxtaposición de anécdotas, una simple sucesión episódica; los acontecimientos se predicen unos a otros de tal forma que la secuenciación acaba delineando un proceso de cambio. En una narración acabada hay un proceso de cambio, más o menos radical (y más o menos deseable) desde cómo empieza hasta cómo acaba, de la situación inicial a la situación final” (Ramos, 2001: 65).

genera desde el campo mediático informativo, que le permite producir la realidad considerada desde su visión dominante como socialmente relevante (Rodrigo, 2005: 13-15, 17). En este sentido, la noticia puede entenderse como un entretreído de discursos, y tanto la práctica de los individuos como los discursos que desde ahí construyen pueden considerarse intertextualidad⁵² social e históricamente construida.

El estudio de la noticia considerándola una narrativa permite aprehender en el plano de la expresión tiempos, espacios, códigos y soportes materiales, y de las estrategias utilizadas por los conductores televisivos, en su concreción discursiva de relato, para traslucir sus posturas institucionales, valores, intereses y creencias (Reguillo, 2000:54). Más aún, Martín-Barbero pone acento en la manera en que el estudio de los discursos contribuye a clarificar el sentido del ejercicio de poder y sus efectos. Señala:

“No se trata de reducir la historia del discurso sino de leer el discurso como acontecimiento, de aproximarnos al acontecimiento que es el discurso mismo. Porque sólo desde ahí es posible plantear, con mínimo de rigor, histórico, el proceso de dominación que viene del monopolio de la palabra...” (Martín-Barbero, 1978: 50)

Además, se valoró que el leer el discurso como acontecimiento es una de las claves para entender la articulación que existe entre las dimensión inmanente y trascendente de la narrativa noticiosa; y para comprender qué hay de social, político, cultural e histórico en una noticia, más allá de su estructura interna. A partir de considerar estos aspectos es que se puede entender que el discurso periodístico cumple las funciones de hacer saber (informar), hacer creer (persuadir), hacer-hacer (manipular), hacer sentir (emocionar) a través de un tratamiento informativo considerado creíble por los destinatarios, resultado de contextos de institucionalización y legitimación históricamente construidos (Rodrigo, 2005: 12, 53-54), que han resultado de procesos de *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) generados por los mismos medios informativos⁵³.

⁵² Dice Martín-Barbero al respecto: “La intertextualidad (...) antes de ser un concepto para el análisis es un hecho social, el hecho de que cualquier texto sea atrapado por punta y punta, escritura y lectura, es una malla de relaciones y condiciones que lo tejen y cargan más allá de las buenas o malas intenciones del que escribe y del que lee” (1978: 33).

⁵³ A esto podemos agregar que, desde una perspectiva inmanente, el lenguaje narrativo, que está en la base del formato noticioso/televisivo, se configura a partir de tres niveles: su estructura, su sintaxis y su significado. Así, componentes estructurales básicos de la noticia televisiva son los signos audiovisuales (imágenes, palabras y sonidos). A lo que se puede agregar que la característica de movilidad estos signos favorece la dosis de realismo, afectividad y credibilidad con la que se perciben los productos televisivos, incluidas las noticias.

3.4.6 Periodista y *marcos* (*frames*).

Por el conjunto de elementos que involucra el *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) de la información mediática, el análisis de los *marcos* (*frames*) noticiosos no se puede reducir al estudio de la nota informativa por sí misma, sino que debe abarcar el estudio de la intencionalidad del periodista y del destinador del mensaje.

Partimos del presupuesto de que para lograr sus propósitos de dominio y legitimidad en el campo de informativo-noticioso, las clases dominantes tienden a utilizar a agentes especialistas, profesionales de tiempo completo, para que produzcan un determinado tipo de discurso sobre el mundo social⁵⁴, lo cual hacen desde una determinada posición en el campo, que genera, asimismo, un tipo de específico de lenguaje, no sólo para él, sino también para las audiencias. Este papel de profesional lo cumplen tanto el periodista como el conductor noticioso.

En un primer momento es posible concebir tanto a ambos⁵⁵ como agentes sociales inmersos activamente en el campo mediático. Es éste el escenario social desde donde se encuentran posicionados socialmente como agentes dominantes en la medida que poseen el capital informativo-simbólico y el *habitus* necesario, que les permite no sólo informar sobre la realidad social, sino, además, participar activamente en su construcción⁵⁶. Esto da por

⁵⁴ Señala Bourdieu (1997: 24-25, 31, 67) que los periodistas adquieren importancia en el mundo social, en la medida que poseen el monopolio de hecho de los medios de producción y difusión de información, y controlan el acceso de los ciudadanos a los medios. Agrega este autor que las personas que trabajan en los medios son tan manipuladoras como constreñidas y manipuladas están, lo que no implica desresponsabilizarlos. Como resultado de las visiones inherentes a su posición, su profesión, sus aptitudes, educación y trayectoria de vida, cuentan con estructuras invisibles, a partir de las cuales organizan lo percibido, ven unas cosas y otras no, y lo que seleccionan lo elaboran de determinada manera. Son subordinados en su campo, pero poseen los medios para su expresión y notoriedad pública.

⁵⁵ Eliseo Verón (2001: 21-24) prefigura una genealogía del conductor de noticieros televisivos. Señala que en un principio, cuando surgieron los primeros informativos audiovisuales, aparecía como un “ventrílocuo”, en la medida que su función se reducía a ser el altavoz de los discursos de actualidad. Señala que, posteriormente, con el uso de tecnologías y estrategias visuales el conductor pudo construirse como cuerpo signifiante, favoreciendo la credibilidad del discurso noticioso, donde pesa más la enunciación que el enunciado, y favorece la percepción de lo dicho como real. En este sentido, el periodismo aparece como una realidad socialmente construida, y una práctica donde el informador⁵⁵ actúa como actor político-lingüístico, un contador de relatos de interés colectivo, generador de cogniciones, emociones y valoraciones y productor de sentido sobre el mundo y de prácticas políticas determinadas (Dörner, 1995: 134, 135; Camps, 2004: 37; Pereira, 2010). Todo esto respondiendo a los intereses como medios dominantes.

⁵⁶ Señala Sádaba (2004: 68) que “cuando cuenta lo que sucede, el periodista encuadra la realidad y aporta *su* punto de vista”. En este mismo sentido es que Doris Graber (1989) establece que el *framing* implica una construcción de realidad por parte de los periodistas al seleccionar, enmarcar y transmitir información comprensible para la audiencia.

resultado *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) para la representación y para la acción de los televidentes.

Por su **ubicación histórica**, en las actuales condiciones de predominancia mediática, un conductor noticioso/televisivo es un individuo con centralidad social, dado que cumple una función fundamental en la generación y circulación de sentidos, mediante el uso de recursos, lenguajes, códigos, formatos y géneros. Por su **origen**, ser productor o conductor televisivo resulta de un proceso de institucionalización, que instituye y, por tanto, codifica estas funciones. Por sus **características**, el conductor televisivo de noticias es un individuo multidimensional (sujeto bio-psico-social e histórico) y contextualmente situado. Por sus **funciones**, en palabras de Verón (2001: 58-59), el conductor televisivo es un sujeto comunicativo complejo, que transmite elementos verbales y no verbales, donde la relación entre ambos le permite modalizar lo que dice y aproximarse o distanciarse de los hechos que enuncia. A partir de difundir descripciones, palabras y formulaciones, el conductor abre el campo para determinadas acciones políticas (Dörner, 1995: 134, 135). Así, en tanto periodista, el conductor actúa como un gestor de acontecimientos (Boventer, 1995a: 66). De la misma manera ubicamos al conductor como un actor lingüístico/político, en la medida que busca provocar en las audiencias cogniciones, emociones y valoraciones, que se traduzcan en comportamientos concretos. Por las **mediaciones** que intervienen en su trabajo de creación de *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) los conductores se encuentran intersectados a varios niveles: a) la intención comunicativa con la que construyen su trabajo, que en tanto noticia será comunicada a través de un medio; b) los valores profesionales; c) las características personales (edad, sexo, raza, etc.); d) las políticas institucionales (líneas editoriales, rutinas de producción y formatos), e) y los *marcos* (*frames*) políticos (relaciones de poder y no poder), sociales (interacciones con la sociedad), ideológicos (valores y sistemas de ideas) y culturales (significados compartidos). Las noticias que construye y transmite contienen estos valores y, entonces, los *marcos* (*frames*) de los periodistas se vuelven a manifestar en los contenidos de las noticias⁵⁷.

⁵⁷ Así, se evidencia que apelar a objetividad en la información resulta más bien un esfuerzo por justificar ideológicamente posturas de poder que buscan ocultarse a través de estrategias como la de limitarse a presentar los diferentes puntos de vista sobre un acontecimiento o pregonar el que se deben asumir posturas éticas o analíticas.

3.4.7 Conductor: *communicative framing*, palabra y poder.

El conductor televisivo es un individuo con poder y para el poder, que resulta de la creencia que socialmente se ha construido en el sentido de que un conductor noticioso/televisivo posee el poder de decir que conoce los hechos, y el poder de saber narrarlos frente a cámaras. A través del conductor de noticias se puede constatar que las palabras para referir al mundo social no son neutras, tan es así que su propio sentido se modifica, dependiendo de quién las pronuncie. De esta manera, quien en los hechos tiene el monopolio de la palabra impone sus intereses, a partir de su situación autorizada y de autoridad que posee para expresarse con un lenguaje des-realizado respecto a las cosas, los seres y el mundo. El propio discurso del conductor televisivo resulta de una situación lingüística que funciona como un mercado en el que el agente dominante expresivo coloca sus productos; lo que implica la competencia del locutor y del mercado, en el que introduce el discurso; y se relaciona con las condiciones de recepción. El mercado informativo aparece así como dominado por las características de un locutor autorizado y legitimado. Este lenguaje dominante es desconocido, aunque tácitamente reconocido como legítimo. Produce sus efectos dando la apariencia de no ser lo que es. A esto podemos agregar que una de las formas que tiene un grupo dominante de controlar el discurso, consiste en situar en las posiciones desde las que se puede hablar, a personas que sólo dirán lo que el campo autoriza y exige. Así, el agente dominante tiene el poder de hacer existir lo que dice: construye un discurso con lenguaje de autoridad y autorizado no sólo por quien lo utiliza, sino también por el destinatario⁵⁸. Se da el caso que en un programa televisivo sea el conductor quien tiene el poder y el monopolio del habla, en la medida que posee el conocimiento de la situación, de los tiempos, las formas, los códigos y las técnicas necesarias para comportarse en un programa de este tipo⁵⁹. Dice Bourdieu (1990: 146): “Son los casos en los que el locutor autorizado tiene tanta autoridad, o tiene tan claramente

⁵⁸ Particularmente, y asemejándose a la liturgia del latín, la liturgia noticiosa se basa en un lenguaje que aunque no siempre es comprendido, en la medida que está autorizado, satisface la relación comunicativa entre fuentes emisoras y destinatarios (Bourdieu, 2000a: 93, 98, 110, 111, 130).

⁵⁹ Es el presentador de noticias el que llama la atención de los televidentes; interviene de forma inconsciente con su lenguaje no verbal y con su forma de plantear las cuestiones, utiliza los tiempos, los tonos, y trata de erigirse en el portavoz del público; crea la urgencia de la palabra, decide los silencios, (Bourdieu, 1997: 43-45; 2002: 509).

de su lado a las instituciones, las leyes del mercado y todo el espacio social, que puede hablar sin decir nada, sólo hablar”.

Sin embargo, las palabras no tienen en sí mismas poder, ni aun como resultado de las personas que las pronuncian. Esta fuerza la obtienen, en última instancia, de las condiciones sociales y de las instituciones dominantes en el campo de lucha en un momento histórico determinado (Bourdieu, 2000a: 34, 65, 101, 140). Habría que precisar también que el poder del conductor televisivo no resulta del noticiero mismo, sino que se origina desde lo social dominante (estructura social con base en ejes de desigualdad), que es desde donde se define el carácter y la función reconocida como legítima para un conductor televisivo⁶⁰. Esta legitimidad no es algo que resulte sólo de los procesos inmanentes a la producción y transmisión de noticias, sino que también provienen de las condiciones de tipo estructural-social, cultural y políticas que el conductor porta aún antes de interactuar en un programa televisivo (Bourdieu, 1990: 130). Esto es a lo que Bourdieu llama relaciones lingüísticas de fuerza, consideradas como vínculos que se colocan antes, durante y después de la situación de interacción concreta en las que se desenvuelvan los individuos. Se entenderá de esta manera que la relación que se opera entre conductor de noticias y los sujetos presentes en su noticiero no sólo es una relación entre diferentes, sino también entre desiguales⁶¹.

Dicho esto, podemos ir más allá y señalar que, destacando la dimensión estructural del habla, entonces lo esencial del proceso comunicativo no está en la comunicación misma, sino en las condiciones sociales que la posibilitan. Desde estas condiciones es que se construye a emisores, su autoridad y capacidad de mandato, y a receptores, que reconocen la autoridad de los emisores, por lo que consideran necesario escucharlos, y están predispuestos a creer que lo que éstos dicen merece ser dicho. Así ocurre que los lenguajes se aprenden junto con los aprendizajes de las condiciones para su aceptabilidad, dadas las circunstancias en que su uso será ventajoso. De esto resultan emisores y receptores legítimos, en una situación legítima, con base en un lenguaje legítimo. La

⁶⁰ Bourdieu (1997: 53) es tajante en su crítica a la presunta independencia de acción del conductor, señala: “La televisión es un universo en el que se tiene la impresión de que los agentes sociales, por más que aparenten importancia, libertad, autonomía, e incluso a veces gozan de un aura extraordinaria...son títeres de unas exigencias que hay que describir, de una estructura que hay que liberar de su ganga y sacar a la luz”.

⁶¹ La eficacia mágica de las palabras reside en las condiciones sociales. El poder de la palabra opera sólo en aquellos que están en complicidad, preparados para escucharlas y crearlas (Bourdieu, 2002: 211).

relación comunicativa se construye, así, desde lo social, entre agentes autorizados y competentes, y agentes desautorizados e incompetentes (Bourdieu, 2000a: 98, 100, 103).

3.4.8 Formato y *communicative framing*.

Podemos decir entonces que, en las condiciones actuales, los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) son construidos, sobre todo, desde los medios de comunicación de masas a través del uso no sólo de los *formatos*⁶², sino también de los lenguajes comunicativos. A partir de esta plataforma, crean las condiciones para establecer determinadas formas de pensar, de ser y de actuar en el mundo para las audiencias⁶³. Entonces, consideraremos *formato* a las reglas o formas de presentación específicas que permiten seleccionar y estructura los temas, según criterios de tiempo y espacio, teniendo como base mediaciones socio/estructurales. Específicamente, dicho *formato* se constituye por las modalidades particulares que adoptan la construcción y los usos específicos del lenguaje mediático propio de la transmisión de noticias. Se constituye en un punto de referencia a través del cual el medio televisivo se proyecta a su público. El formato cumple así una doble función: facilitar el acceso de la información y valorar dicha información (Fontcuberta, 1993: 65).

Criterios de formatos en la televisión son: rapidez y simplicidad de la información; presencia de elementos dramáticos y de acción en la información que se presente; además de la capacidad de proyectar cuestiones complejas de manera resumida y simplificada (Pfetsch, 1995: 224). Particularmente, el formato de la televisión obliga al uso de imágenes visualizables de acción y excitación (Marcinkowski, 1995: 267). De esta manera, en palabras de Verón (2001: 84): “La información de la televisión es a la vez la consumación de la mediatización del contacto y un lugar de negociación donde los cuerpos políticos pueden mostrarse bajo el control de los cuerpos informativos”.

⁶² Se puede reconocer la íntima relación que guardan formato y lenguaje televisivo/noticioso. El formato televisivo/noticioso se constituye bajo criterios de tiempos acotados, como un escenario de intertextos estructuralmente entrecruzado por imágenes (tomas, planos), sonidos (ambientación), verbalizaciones (expresiones habladas de conductores, testigos, entrevistados) y textos escritos (supers). Estos elementos mantienen ciertas relaciones y disposiciones que se traducen en un acomodo sintáctico, que les otorga secuencia y sentido.

⁶³ De entrada un *formato* se refiere a “la lógica propia específica de un determinado medio técnico de difusión (radio, prensa, televisión) al convertir informaciones no estructuradas en patrones de entrega de información estructurados temporal, espacial y objetivamente” (Marcinkowski, 1995: 266, 267)

Es bajo esta consideración que Altheide (1987) asocia la construcción de *framing* con los formatos utilizados por el medio televisivo, en la medida que éstos definen y limitan las significaciones simbólicas contenidas en los mensajes informativos, en lenguaje, tiempo y secuencia. Esto se traduce en circunstancias donde desde los medios se realiza un proceso de selección y realce de algunos aspectos de los acontecimientos o asuntos tratados a fin de establecer relaciones entre ellos, con el propósito de promover una determinada interpretación, evaluación y/o solución, y así reproducir las relaciones de poder en todas sus modalidades (económica, política, social, cultural, tecnológica).

3.4.9 El recurso de la información noticiable.

En estas condiciones es que se puede establecer que como parte de la tradición periodística se ha pensado que para considerar noticiable una información ésta debe poseer requisitos de actualidad, imprevisibilidad, inmediatez, proximidad, novedad, prominencia, negatividad, magnitud, implicación, hazaña, consecuencia, veracidad, periodicidad, interés público, impacto, oportunidad, prominencia, conflicto y el ser comunicables a través de un medio masivo (Fontcuberta, 1993: 15, 16, 21, 45, 46; Riva, 1998: 140-141)⁶⁴. Sin embargo, necesitamos agregar que todo esto se desarrolla en contextos donde se manifiestan relaciones sociales de fuerza específicas entre los agentes que se disputan la visión dominante sobre lo *público/ciudadano* desde las noticias⁶⁵. Esto explica el que la manifestación discursiva en el campo de la información dé cuenta en todo momento de la tensión entre lo que se quiere decir, lo que se puede decir, y lo que no se puede decir. Los noticieros televisivos ocultan mostrando algo distinto a lo que tendría que mostrar; o

⁶⁴ Adicionalmente se han establecido criterios de clasificación de las noticias (de sumario, cronológicas, de situación, complementarias, espaciales, de interés humano y de implicación). Sin embargo, a esto hay que agregar que existen un conjunto de aspectos, criterios, operaciones, procesos e instrumentos mediante los cuales los aparatos de información controlan, eligen y gestionan en cantidad y tipo aquellos acontecimientos que reúnen ciertas características para tomar la forma pública de noticias entre los que se pueden mencionar: a) los requerimientos que plantea el funcionamiento social donde prevalece la lógica de mercado y de acumulación de ganancias económicas; b) las exigencias de circulación de determinado tipo de información de parte de los grupos políticos y económicos dominantes; los intereses y necesidades del aparato informativo y de los periodistas; c) la existencia de un material visual adecuado en lo técnico y lo ilustrativo; d) la capacidad de poseer frecuencia y ser capaz de presentar acontecimientos puntuales, únicos, y acotados a un tiempo breve, en concordancia con los tiempos que exige el medio televisivo y el mismo mercado; e) la existencia de un formato que favorezca límites espacio temporales por su extensión, redacción, construcción; y la posibilidad de que permitan a las audiencias su identificación con el material informativo exclusivo (Wolf, 1998).

⁶⁵ Gamson y Modigliani (1987) agregan que para que un *frame* periodístico tenga éxito es necesario que tenga resonancia cultural; que favorezca la promoción en torno al tema; y que se ajuste a las normas y prácticas de la noticia.

muestran lo que deben mostrar pero minimizando o modificando su sentido. Muestran bajo criterios de dramatización, que significa exageración y espectacularización, buscando el efecto de realidad y en la realidad: mostrar para hacer creer y actuar a partir de lo que se muestra. Esto se encuentra determinado por la estructura del campo, en consonancia con las relaciones de fuerza construidas entre los diferentes agentes (Bourdieu, 1997: 24, 25, 27, 28; 2000a: 137, 138).

Pero en las condiciones históricas presentes destaca la manera en que la información noticiosa acentúa el uso de contenidos donde se hacen visibles conflictos y amenazas reales, potenciales o imaginadas a la seguridad de las audiencias⁶⁶. Se parte de la lógica de que las situaciones en las que se personifican los hechos y que provocan miedo, atraen más la atención de los televidentes, de ahí que se trate de sustituir a través de imágenes las experiencias no vividas al respecto (Fontcuberta, 1993: 46; Castells, 2009: 215, 216). Son estos rasgos de las noticias uno de los factores que median en la relación entre éstas y las audiencias. Simultáneamente, desde los medios se actúa bajo la premisa de que lo que es atractivo para el público, aumenta la audiencia, los ingresos, la influencia y los logros de los periodistas. Por eso es que se tienden a presentar los hechos en su modalidad de info/entretenimiento, diversión, tragedias, sensacionalismo y personalización política (Castells, 2009: 270, 271), dado que son los mismos medios los que en primera instancia tratan de establecer en las audiencias el criterio de lo que debe considerarse como atractivo⁶⁷. Para lograr sus efectos emocionales a través de los *marcos (frames)* se usa la repetición de palabras e imágenes llamativas, comprensibles, fáciles de recordar y marcadas emocionalmente. Es en este sentido que Tuchman (1999) asocia la reflexividad con ordenamiento de la realidad como forma de hacerla accesible a las audiencias, en tanto que la indexividad coloca a la noticia en los lenguajes que permitan construirla como

⁶⁶Una función simbólica de los noticieros televisivos es presentar sucesos intrascendentes a los que se les otorga importancia, pero que al mismo tiempo son elemento de distracción, en la medida que con esto ocultan los asuntos realmente valiosos (Bourdieu, 1997: 23).

⁶⁷ Sádaba (2004: 98-99) nombra *key-events* a aquellos hechos de mayor relevancia, y a los que se les otorga mayor cobertura. Son hechos clave que generan esquemas informativos/periodísticos propios y prioritarios, y que incluso favorece que los destinatarios de la información adopten ciertos esquemas de recepción. En este mismo sentido, Pride (1995) habla de *critical events*, para referirse a aquellos acontecimientos que atraen la atención, en la medida que rompen la rutina informativa y establecen significados colectivos sobre asuntos de carácter público

significado para las audiencias. Con esta postura, Tuchman incorpora una visión de los medios como productores de realidad social⁶⁸.

Es así, que en la misma lógica de Castells (2009: 215, 216, 217, 219, 226, 236, 299), podemos señalar que existen tres grandes procesos de interacción entre medios y audiencias, a través de los cuales estas últimas se perciben en relación al mundo: la agenda, la priorización y el enmarcado.

El establecimiento de la agenda implica de parte de los grandes medios el otorgar una especial relevancia a un asunto particular y definir una narración de los temas buscando que las audiencias presten mayor atención al contenido y formato del mensaje, y se vean influenciadas por el mismo. En estos procesos de jerarquización de las notas, característicos de los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*), intervienen los intereses y criterios empresariales de los medios, los filtros del gobierno y la influencia de la opinión pública⁶⁹. Esto permite entender cómo en el proceso mismo de construcción de la noticia se hacen presentes medidas de sesgo. Todos estos aspectos se ven coronados por procesos de reiteración informativa mediante titulares de emisión, extendiendo la cobertura y

⁶⁸ En conjunto, existen aspectos que median en la forma que asume la presentación de las noticias. Uno, la estética de la información que se ofrece, la cual se relaciona con la arquitectura formal que asume la presentación de la información -se parte del principio que forma y contenido se encuentran articulados (Fontcuberta, 1993: 65). Dos, la presentación de las noticias que se hace con base en los límites establecidos por el tiempo y el formato. A través de la presentación se busca que la información aparezca como espejo de lo acontecido. Tres, de la misma manera, se hace evidente la descontextualización de la información que, para cumplir los requisitos del trabajo informativo, se convierte en contextualización en relación al formato del noticiero (tiempo, ubicación y secuencia). De esta forma, es a través de la edición como se trata de transformar el acontecimiento en historia con inicio, parte central y fin; agregando a esto el desarrollo de una presentación sintética, breve, visualmente coherente y posiblemente significativa del objeto de la noticia. Cuatro, se trata de condensar y focalizar la atención del televidente, para lo cual se hace importante que desde que se recogen las imágenes visualice la manera en que serán presentadas al público. Y cinco, finalmente, en la transmisión de las noticias, también cuenta la imagen misma que proyecte el presentador de noticias (Wolf, 1998: 279-285).

⁶⁹ *Opinión pública* es un término plurisémico. Se origina en las filosofías políticas ilustradas de los siglos XVII y XVIII, tiene su referente fundamental en el término *opinión* -entendido como *doxa*, como expresión basada en hábitos y prejuicios, y nació asociado al concepto político de publicidad. Con la naciente modernidad capitalista la opinión pública se adjudicó a los grupos propietarios, instruidos y racionales, y se expresó como forma de reflexión ilustrada común y pública sobre los fundamentos del orden social, configurada con base a referentes institucionales (Habermas, 1999: 31, 125, 130). En este sentido, opinión pública se puede asociar a tres significados: "(...) como una instancia crítica en relación a la notoriedad pública normativamente lícitada del ejercicio del poder político y social, o como una instancia receptiva en relación a la vulgata, de personas e instituciones, de bienes de consumo y de programas" (Habermas, 1999: 261). Los sujetos de la opinión pública serían los ciudadanos en quienes repercuten las medidas políticas y económicas; son ciudadanos que, mediante el diálogo, defienden intereses universalizables, y contribuyen discursivamente en la formación de una voluntad colectiva (Cortina, 2001: 134-139, 170, 172-173). La opinión pública, entonces, implica un cambio estructural de la publicidad, que posibilita la contraposición entre el sistema de opiniones informales, personalmente privadas, no públicas y las de las opiniones formalmente institucionalizadas, autorizadas, públicas (Habermas, 1999: 269). Una opinión pública de este tipo sólo resulta de procesos de notoriedad pública crítica, generados por la participación de los individuos privados en procesos formales de comunicación a través de la publicidad interna a las organizaciones (Habermas, 1999: 269, 272). Sin embargo, otra manera de entender la opinión pública es limitarla a parámetros institucionales, alejado de criterios de racionalidad y de representación, considerando solamente la manera en que una opinión pública se construye y se maneja (Gurza, 1998).

seleccionando palabras e imágenes. Se busca con esto, que las opiniones se constituyan en gran medida por la información que proporcionan los medios, y lleven a las audiencias a priorizar la atención en determinados asuntos, y a tomar decisiones a partir de las imágenes que se proyectan. Este establecimiento de la agenda por los grandes medios también tiene su efecto sobre los medios de menor peso corporativo. Se entenderá, entonces, que por el manejo que se les da, los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) se caracterizan por su persistencia, en la medida que los *marcos* (*frames*) iniciales en un noticiero marcan la pauta sobre la manera en que, posteriormente, se presentarán los asuntos que se refieran al mismo tema en este tipo de espacios informativos. A partir de recursos como este, los *marcos* (*frames*) se manifiestan como formas de organización de los significados sobre la realidad, que buscan indicar a las audiencias como pensar los acontecimientos que se presentan (Sádaba, 2004: 99). Gamson y Modigliani (1987) señalan que para que un *marco* (*frames*) periodístico tenga éxito es necesario que tenga resonancia cultural; que favorezca la promoción en torno al tema; y que se ajuste a las normas y prácticas de la noticia. Todo esto acompañado de un presupuesto fundamental que todo periodista debe considerar: que en la construcción y transmisión de la noticia deben considerarse los *marcos* (*frames*) construidos social y culturalmente por las audiencias.

3.4.10 Noticia y audiencias.

Ahora, si bien es cierto que el estudio de las noticias debe contemplar la materia con la que se elabora, los métodos de producción y el impacto y las condiciones sociales en que se producen (Hernández, 1992: 237), también debe tomar en cuenta el proceso de recepción que las audiencias hacen de él. Es característico que en el intercambio cotidiano con la televisión los televidentes cosifiquen el lenguaje de este medio, al darle valor por sí mismo, y diluir los procesos sociales y culturales que son propios de su construcción y funcionamiento. En estas condiciones es que se cree que “(...) lo específico del lenguaje televisivo es ‘lo directo’ y que ‘lo directo’ encierra todos los requisitos de la verosimilitud” (Iriarte y Orsini, 1995: 126). Así opera una tendencia a la naturalización de lo que se proyecta en la pantalla como noticia. Con esto adquiere relevancia la idea de que la

expresión periodística “tiene fuerza creadora y modificadora de la realidad” (Boventer, 1995: 39)

Partiendo del presupuesto de que el sentido de la noticia no está en ella por sí misma, sino que en su configuración también interviene el sentido que aporta el individuo como audiencia⁷⁰, se entenderá, entonces, el planteamiento de que las audiencias organizan sus marcos (*frames*) con base en analogías de situaciones anteriores aplicados a acontecimientos nuevos. Incluso, los vacíos en la información que pudieran contener los *marcos* (*frames*) son llenados por la audiencia de acuerdo a ideas y sentimientos almacenados en su memoria; tienden a creer lo que quieren creer, dado un proceso de selección de acuerdo a los marcos cognitivos que portan. Y en tanto no haya contra/marcos a la información de los medios, las audiencias asumirán los marcos (*frames*) ofrecidos por éstos o bien se desvincularán de la recepción de los mensajes del medio que no le satisface (Castells, 2009: 218-219, 226, 227, 229, 231). Así, la interpretación del sentido del *marco* (*frame*) resulta de una negociación comunicativa entre el medio y el destinatario, negociación en condiciones de desigualdad estructural y de *habitus*. Es en este momento que Chiuh incorpora la noción de “efecto framing” para referirse al hecho de que las audiencias asuman determinadas opiniones resultado del énfasis que una fuente emisora realiza sobre ciertos aspectos: “se refiere a la capacidad de los medios de provocar diferentes conclusiones en la audiencia según la forma en que le presentan la información” (Chihu, 2010: 32).

Contemplamos también en esta investigación que, por su función, el discurso noticioso es una unidad que se regula, y que es creadora de conciencia, en la medida que genera las condiciones para la formación de sujetos y para la estructuración y configuración de las sociedades⁷¹. Particularmente, la información noticiosa aporta elementos para la politización o la despolitización de los individuos. En el primer caso, la labor de politización de los medios a partir de la información, puede entenderse como:

⁷⁰ Es de esta manera, que se puede hablar de las distintas implicaciones que las funciones del acontecimiento-noticia generan en sus audiencias: una implicación directa y personal, que afecta de hecho la vida cotidiana del sujeto; una implicación directa y no personal, que afecta emotiva e ideológicamente al individuo, pero sin alterar su vida cotidiana; una implicación indirecta, cuando el sujeto siente que lo percibido, corresponde a otro tiempo y a otro lugar; una no implicación, cuando el individuo considera que la información le es indiferente (Rodrigo, 2005: 163).

⁷¹ Afirma Bourdieu (1997: 28), que informar significa ya una elaboración social de la realidad que favorece la movilización o la desmovilización social.

“La incitación a la actividad política cuyos requisitos son un aumento trascendental del interés y de la información política, la toma de conciencia política, una mayor disposición al compromiso político...y, por consiguiente, mayores posibilidades de participación en la conformación comprometida de la sociedad” (Marcinkowski, 1995: 261).

Mientras que la información que despolitiza al individuo es aquella que:

“(...) muestra una política fijada en la eliminación de problemas funcionales y de riesgos que afecten el sistema, pero desinteresada en la realización de objetivos visionarios o innovadores. Una imagen periodística de política es despolitizada cuando el sistema meta del sistema social y los ‘problemas prácticos’ pasan a segundo plano frente a los problemas tecnocráticos de solución de problemas políticos, y cuando la misma política se presenta sólo como el tratamiento técnico de exigencias impuestas por el sistema” (Marcinkowski, 1995: 262).

La politización y la despolitización operados desde la televisión son procesos de comunicación socializada, y forman parte de una batalla en el campo mediático-informativo por la producción de significado legítimo y por ganar a la opinión pública a esta significación. Hasta el momento, dados los contextos históricos de dominación del capital, la despolitización de los subordinados prevalece sobre su politización, que hasta ahora aparece más como ideal, y en el mejor de los casos a través de manifestaciones esporádicas y aisladas.

A través del lenguaje televisivo los productores y conductores de los programas noticiosos, no sólo construyen y proyectan realidades, sino además transmiten y reproducen visiones, sentidos, sobre esa realidad. Así, al nivel de sus usos prácticos-políticos, el discurso es utilizado como recurso técnico por los sujetos y las instituciones en busca de legitimar y garantizar el poder y un modelo de dominación, que ha sido el prevaleciente en nuestra sociedad. Por estas razones, al discurso noticioso se le puede considerar un concepto de enunciación que se consolida institucionalmente en la medida en que determina y reafirma la acción y, de este modo, sirve para ejercer el poder⁷².

3.4.11 Noticieros, ideología y *communicative framing*.

⁷² Así, se puede entender la reflexión de Verón (2001: 70-71) donde destaca la labor de construcción y de-construcción de las entidades “colectivas” de enunciación (nosotros, ellos, ustedes, nación, familia, gobierno, funcionarios, v. gr.) por parte de los actores sociales.

James Lull (1995) plantea que la ideología es un sistema de ideas organizado, que se fundamenta en valores, orientaciones y predisposiciones que constituyen perspectivas ideacionales a partir de los intereses de grupos y clases sociales, que se expresan en la comunicación. La ideología se configura como una visión del mundo, una socioidea y un sistema de dominación simbólica. Por su parte Bourdieu (2000: 93, 96, 97) señala que en un campo de lucha, los agentes se sirven de intereses particulares que tienden a presentarse como intereses comunes a la totalidad de un grupo. Plantea que existe una homología estructural entre el campo de la producción ideológica y el campo de la lucha de clases. De esta manera, la ideología tiende a imponer la aprehensión del orden dominante como algo natural, como sistemas de clasificación y como estructuras mentales correspondientes a las estructuras sociales. Agrega que las ideologías están doblemente determinadas: por los intereses de clase o de fracciones de clase que representan; y por los intereses específicos de quienes la producen, y por las características que guarda el campo desde donde se producen. De donde concluye que las ideologías no son totalidades autosuficientes y autogeneradas, de ahí que no se pueden analizar de manera pura e interna. Por otro lado, considerando este planteamiento y con apoyo en la perspectiva marxista de Thompson (1998: 66-74), se puede establecer que el discurso noticioso posee una dimensión ideológica, en la medida que éste configura, utiliza y pone a circular determinadas formas simbólicas que sirven para reforzar y reproducir las relaciones de poder dominantes de individuos, grupos y clases específicas.

Bajo estas consideraciones se puede señalar que un noticiero se configura como un discurso ideológico y una práctica productora-informativa, y reproductora del poder dominante. Entonces, es necesario acentuar que en el fondo de la construcción de narrativas noticioso/televisivas (en las fuentes, en su formato, en la definición de lo que es noticiable y en la emisión de determinado tipo de noticias por un conductor específico) existe una dimensión ideológica de los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) que responde a posturas políticas e intereses de poder, y que se constituye en una herramienta fundamental para construir realidades y definir pautas de acción de los televidentes. Son

estos mecanismos con los que opera la ideología en las noticias, los que es necesario develar⁷³.

3.4.12 Visibilización/invisibilización: *communicative framing* y noticias.

Ante la presencia de los dispositivos ideológicos/discursivos hegemónicos en los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*), la tarea es desmontarlos para visibilizarlos. En este sentido, y apoyándose en Gramsci, Lechner (1983, 41) señala que los individuos toman conciencia de las contradicciones estructurales mediante las delimitaciones ideológicas que les posibilitan diferenciar entre lo real material y las representaciones, y dentro de ellas los intereses de clase propios y los de las intereses de las otras clases y grupos. Es a partir de estas delimitaciones que la realidad material deviene en realidad social en tanto se presenta como significación⁷⁴.

Como parte de este proceso de delimitación ideológica se encuentra la problematización de los procesos de visibilización e invisibilización que sobre actores sociales, procesos, acontecimientos y eventos se operan desde los noticieros televisivos y sus discursos noticiosos. Que, no está por demás señalar, no se reducen a una dimensión ideológica en sí.

⁷³ El mismo Thompson (1998) reconoce y clasifica algunos dispositivos fundamentales a través de los cuales opera la ideología en el terreno social, y que pueden ser reconocidas en las noticias televisivas: legitimación, universalización, narrativización, simulación, ocultamiento, unificación, fragmentación y cosificación. En la noticia hay legitimación cuando se utilizan **argumentaciones racionalizadas** que buscan presentar persuasivamente las relaciones de poder como justas, como necesarias y como dignas de apoyo. **La universalización** se hace presente cuando se proyecta la visión de un grupo, institución o clase como la única posible y socialmente necesaria. **La narrativización** existe cuando, a través del relato, se buscan construir representaciones simbólicas afines al proyecto dominante. Hay **simulación** cuando opera una forma de ocultamiento del carácter dominante de las relaciones sociales, que permite a los grupos hegemónicos mantener los privilegios que les otorga el poder. Se hace presente el **ocultamiento** en tanto que este se operacionaliza a través de recursos como la sustitución –que adjudica ciertas connotaciones a una realidad social, que comúnmente son utilizadas para referirse a otra realidad diferente, la eufemización de las relaciones sociales -con lo que se busca describir de manera positiva a las relaciones o las instituciones sociales dominantes, el tropo como uso de formas simbólicas del lenguaje figurado (metáfora, sinécdoque, metonimia). Se utiliza la **unificación**, mediante la cual se construyen referentes simbólicos (códigos estandarizados) y de identidad colectiva homogénea para el conjunto de integrantes de la sociedad, haciendo abstracción de sus diferencias (simbolización de la unidad). Además se usa la **fragmentación**, a través de la cual se busca aislar a los sujetos y grupos que pudieran representar un riesgo para el mantenimiento y reproducción de los privilegios asociados a su dominación mediante su simbolización negativa y su expurgación. Y la **cosificación**, que significa la naturalización, esencialización y eternalización de personas, situaciones o instituciones, con lo que se pasiviza e invisibiliza a los sujetos resistentes y contra/hegemónicos –así, los sujetos de las noticias no son simples sujetos sino individuos a los que se actorializa, se les construye una representación tipificada a partir de rasgos, características, lugares, funciones y relaciones, que refuerzan las tipificaciones dominantes que ya circulan socialmente con anterioridad.

Raymond Williams (1977: 148) señala que “pueden existir áreas de experiencia a las que es preferible ignorar o eliminar; asignar como privado, diferenciar como estético o generalizar como natural”. Al plantear esto, abre la posibilidad de una reflexión sobre los procesos de visibilización e invisibilización de realidades. También, encontramos en trabajos de Rabotnikof (1997), Gurza (1998) y Habermas (1994) una asociación del concepto de visibilización con el de publicidad, pero sin subsumir el uno en el otro. Estos autores encuentran que desde la perspectiva de los griegos clásicos, la publicidad aparece como una manifestación de libertad, que permite visibilizar lo que pretende ser secreto y sustraerse a la mirada de la colectividad. Fue así que el concepto de publicidad se comenzó a entender como una luz que visibiliza, mediada por el perfil histórico del Estado.

Para Habermas (1994: 41, 43), la publicidad en su sentido moderno es un fenómeno histórico característico de la sociedad burguesa industrialmente avanzada, y social y estatalmente constituida. En este mismo tenor, Gurza (1998) reconoce que publicidad aparece, así, como aquello que está investido con carácter público o goza de él; es publicitación, difusión masiva de un hecho; es interlocución de la sociedad frente a sí misma y frente al poder; y es una mediación comunicativa de la efectiva participación de los intereses sociales en la racionalización del poder y en la armonización de la vida social. Pero el propio Gurza (1998: 82) advierte que la publicitación no coloca lo publicitado en *lo público*, aunque éste sí requiere de su publicitación. Se pueden publicitar eventos al hacerlos del conocimiento público (publicidad), pero éstos serán sólo hechos publicitados, de ninguna manera son hechos públicos. La mera publicitación como el conjunto posible de relaciones indispensables a lo público (que implica apertura, vigilancia, control etc.), no garantiza el carácter público de un hecho, no tiene la capacidad de transformar en público aquello carente de sustancia pública, de interés para los otros, de interés común, o de interés general. La publicitación constituirá hechos públicos sólo cuando cumpla la función de comunicar cuestiones relacionadas con el Estado, con las demandas sociales y con las libertades políticas. Entonces, la publicidad constituye *lo público* no sólo porque lo publicita, sino porque, principalmente, hace posible el control público del público sobre *lo público*, lo posibilita solamente, no quiere decir que lo garantice. Así, la publicitación puede dejar de ser pura difusión mediática y pasar a constituir relaciones y hechos públicos. Pero la lógica que prevalece en la publicidad mediática moderna es la del predominio de los

intereses de grupos y clases dominantes, que colocan al sujeto receptor en posición de asumir que lo que se transmite es verdadero, compartido por otros, que es presentado y no representado (Gurza, 1998). De esta manera, *lo público* desubstanciado, alejado de sus sentido de lo colectivo, visible y transparente, se disuelve en publicidad, es decir en publicitación, con lo que pierde gran parte de su esencia.

Bourdieu aborda la invisibilización en su forma de *censura*, a la cual reconoce como una manifestación de tensión en un campo. Esta censura se expresa como eufemización, entendida como un habla puesta en formas. Sobre esto dice Bourdieu (2000a: 140): “No se trata simplemente de que se diga una palabra por otra, sino de que es el discurso como tal, y a través de él todo el campo, el que funciona como instrumento de censura”. De esta manera el discurso impone las normas para su propia percepción, y se manifiesta como una modalidad de violencia simbólica⁷⁵. Esta violencia sólo puede ser ejercida por quien lo hace, y sufrida por quien la sufre, en la medida que es desconocida como tal. A través de este mecanismo se puede llegar hasta el silencio, como límite extremo de la censura. Con su propio trabajo de eufemización, la clase dominante se imposibilita para verse como clase de otra manera; oculta a sí misma su verdadera naturaleza; y proyecta lo que como clase ignora, niega y desconoce (Bourdieu, 2000a: 137, 141): “los que engañan están engañados y engañan tanto mejor cuanto más engañados están; son tanto más mistificadores cuánto más mistificados están” (Bourdieu, 2000a: 204).

Por su parte John B. Thompson (1998: 162, 318), asocia la visibilidad con las transformaciones que la modernidad operó en la esfera pública. Señala que en contextos mediáticos, la lucha por el reconocimiento se ha transformado en lucha por la visibilidad dentro de los medios. Particularmente, indica que la lucha por hacerse ver y oír en televisión, evitando al mismo tiempo que los otros hagan lo mismo, es un aspecto central de las conmociones sociales y políticas del mundo actual. Establece que lograr visibilidad en medios como la televisión, reconecta la propiedad pública, favorece el reconocimiento y la atracción de otros sectores en la medida que politiza y expande los asuntos cotidianos, y posibilita su conversión en catalizador de acciones que rebasan los escenarios inmediatos en los que se desenvuelven. Políticamente, la visibilización se ha convertido en una práctica

⁷⁵ Bourdieu (1997: 18-21) señala que, sin embargo, aunque la televisión, teóricamente puede llegar a mucha audiencia, su funcionamiento está marcado por la censura, la autocensura y la corrupción estructural. Una censura invisible, política, económica, de parte del Estado, los anunciantes y las políticas de la misma empresa de medios: una censura que busca el mantenimiento del orden simbólico. Una corrupción estructural a través de la competencia por cuotas de mercado.

repetida, variada, concertada y autoconsciente en que los líderes políticos buscan administrar/gestionar su visibilidad, a través de los media, aunque no siempre lo consigan del todo. Finalmente, Thompson reconoce que la visibilización se basa en criterios de diferencia por un lado, entre quienes pueden visibilizarse y los que no pueden hacerlo, y por el otro, entre los que contribuyen técnicamente a construir la visibilización (productores, camarógrafos) y aquellos que tienen que ver a través de la mirada construida por esos otros (Thompson, 1998: 173-180, 183, 184, 188-193, 197)

Por su parte Boaventura do Santos (2009: 109, 110-112, 119), hablando de invisibilidad, considera que ésta se construye cuando una entidad dada es descalificada y tornada inimaginable o descartable, de un modo irreversible. Esta invisibilidad es construida a partir del silenciamiento, la supresión y la marginalización. Establece que en cada época se construyen criterios y estrategias propias para visibilizar ciertas realidades e invisibilizar otras, y que esto tiene que ver con estructuras capitalistas y relaciones de poder/dominación que se producen y se reproducen con, a través y para la visibilización e invisibilización de lo otro y de los otros⁷⁶. Son estructuras jerárquicas, asimétricas, que naturalizan representaciones que favorecen visiones de los que detentan el poder de la producción y circulación masiva de mensajes, como uno de las expresiones desde donde se produce y reproduce la dominación.

Para Reguillo (2007) en los contextos actuales se opera bajo una lógica de mercado, que es la base del poder de representación desde donde se abren o clausuran los sentidos sociales de la vida en relación a aspectos como la ciudadanía, los derechos humanos, o la democracia, por ejemplo. Dicho poder es aquel que sustenta las visiones legítimas del mundo social. Es un poder que posibilita configurar imaginarios, imperativos, voluntades; pero también produce visibilidad, legitimidad y agenda para el debate, para unos, e invisibilidad, deslegitimación y exclusión de temas, para otros. Este poder requiere un escenario o contexto interpretativo, un referente desde donde se construyan las explicaciones y se orienten las acciones. Dicho escenario no es homogéneo, sino que alberga agentes sociales en disputa, que desarrollan una lucha simbólica por conquistar la voluntad “política” de la sociedad. De la misma manera, este poder requiere combinar la

⁷⁶ Las formaciones sociales precapitalistas y postcapitalistas también desarrollan procesos de visibilización e invisibilización, sólo que siguen lógicas diferentes.

seducción con el dominio⁷⁷. Es en estas condiciones que los medios juegan un papel central en el reforzamiento del modelo de dominación que está en la base del poder de representación a través de los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*). Esto, en tanto que las manifestaciones sociales colectivas aún no acumulan la fuerza ni la eficacia simbólica como para disputar la hegemonía y los efectos de su política de invisibilización.

Por su parte, Winocur (2008) señala que en contextos de un orden social basado en un régimen de visibilidad y comunicabilidad absoluta, sólo lo que es visible es comunicable, y sólo se puede comunicar lo que es visible. Sin embargo, precisa que los que tienen la posibilidad de auto/representarse o ser representados tienen más posibilidades de ser visibilizados, comunicados y humanizados. Mientras que los que no pueden representarse pueden ser tratados como menos humanos, como no humanos o como ausentes.

De la misma manera, para Castells (2009: 262, 313), en los contextos actuales, quién no tiene presencia mediática, no existe para el público, de ahí que uno de los rasgos fundamentales de la política de los medios sea precisamente el de la personalización de la política. Con lo que se trata de reducir a la apariencia del individuo lo que realmente responde a relaciones asimétricas estructurales.

Por otro lado, para Butler (2006: 177, 181), existen dos diferentes formas para invisibilizar a los sujetos: invisibilizando su cuerpo, su presencia, ausentándolos e invisibilizando a los sujetos a través de no nombrarlos, dado que no existe algo si no se nombra. Y en el mismo sentido que Gurza (1998) señala que presentar, personificar, no significa visibilizar; que la verdadera visibilización es humanizada y humanizante. No ocurre esto en el uso que se hace de la persona en los medios de comunicación, donde su personificación es, generalmente, deshumanizante. A veces el cuerpo o parte de él es utilizado hiperbólicamente para estigmatizar a un individuo, señala Butler (2006). Es así que plantea que la tarea que se tiene que desarrollar es establecer modos públicos de mirar y escuchar que puedan responder al grito de lo humano dentro de lo que se presente en lo

⁷⁷ Para la misma Reguillo, ese poder “es capaz de construir y configurar visibilidad y sentido sobre la realidad haciendo (a)parecer esa representación no sólo como la única posible, sino además como algo “natural”, “buena o mala”, “deseable o indeseable”; el poder de representación tiene el poder de “estabilizar” ciertas visiones, en tanto sentidos sociales sobre el mundo y su funcionamiento (Reguillo 2007: 13-14).

que se ve, se escucha y se siente. Dice que se trata de devolver lo humano a dónde se cree que no esperamos encontrarlo. Agrega que, al mismo tiempo, se hace necesario superar el mito de que es a través de las notas informativas que los sujetos adquieren voz y presencia, y que estas notas permiten aproximarse a realidades que están más allá de lo visto, y que cómo la información es resultado de indagaciones, entonces las notas informativas pueden dar a conocer la verdad de los hechos.

En este sentido, Arfuch (2002) encuentra que cuando el sujeto es prioridad en los medios es porque se visibiliza de él lo social y culturalmente naturalizado, a partir de una configuración de dispositivos donde lo social/dominante toma cuerpo en los individuos sin que se puedan reconocer a primera vista en este proceso las relaciones de dominación de donde proceden. De esta manera, los portadores de relatos de vida son constituidos en personajes mediáticos, a través de géneros televisivos como los *reality show* o los propios noticieros. Sin embargo, la propia Arfuch advierte que la modernidad visibiliza al sujeto exterior, formal, para invisibilizarlo como sujeto real; que desde la televisión se puede visibilizar al Otro, en tanto que se le mide por su capacidad discursiva, aunque el que se le permita contar no modifique su estatus social. Porque a este sujeto se le está publicitando, más no se le está dotando de un carácter público. El sujeto diferente es un Otro construido/proyectado desde perspectivas y dispositivos de la legitimidad social dominante, la cuales estigmatizan, fetichizan, estereotipan y a/historizan la diferencia desde cosmovisiones prevaletientes. Señala que esto se ve favorecido por un contexto de cosificación de las personas y las relaciones. En estas condiciones, una de las funciones públicas que se requieren de la televisión es valorar las voces que no se han expresado, no han querido ser escuchadas o no se les ha dejado expresarse.

Finalmente, desde una experiencia local, Oaxaca-México, Zires (2008) construye una reflexión interesante sobre el sentido de la visibilización/invisibilización en sociedades con impacto de medios audiovisuales, donde las tácticas de los medios se convierten en estrategias de visibilidad mediática. Señala que aunque los movimientos tienden a convertirse en noticia para ser escuchados, los medios de comunicación más bien tienden a criminalizar la protesta colectiva. Entonces la relación entre medios y movimientos se convierte en una batalla entre visibilidad/invisibilidad. Los medios realizan una guerra mediática de alta intensidad, mientras que a nivel social y político lo hacen mediante una

guerra de baja intensidad. La guerra mediática la ejecutan los medios mediante la difusión masiva de los puntos de vista dominantes. Es en estos contextos que los movimientos comienzan a entender que la disputa por la visibilidad puede darse en terrenos variados como el territorio, los medios tradicionales y los medios digitales -como internet y el teléfono celular. Cuando los movimientos logran la visibilización mediática, esto abre la posibilidad de la construcción de su visibilidad social, mediante su descolocación y re-colocación como actores sociales.

Por lo que hemos mostrado, sería necesario precisar que el proceso de visibilización/invisibilización tiene un referente histórico, estructural y sociocultural. Podemos afirmar que la desigualdad social y cultural antecede a la desigualdad en los medios⁷⁸. Ser visible o no serlo no es una cuestión que se decida y se resuelva sólo en los escenarios mediáticos, sino también en las relaciones sociales objetivas que los individuos mantienen en los campos, entrecruzadas por ejes de desigualdad. Es esta una invisibilidad ante sí mismos y ante los demás.

Así, podemos afirmar que la invisibilidad o el reconocimiento de la no existencia social permea los procesos *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) televisivo/noticiosos. La invisibilidad mediática aparece como una prolongación de la invisibilidad sociocultural. Aunque, considerando las mediaciones que operan en el proceso de comprensión de los mensajes por parte de las audiencias/heterogéneas, lo que adquiere relevancia es la ausencia de determinados contenidos en los espacios mediáticos que lleva a la situación de que lo que no se proyecta en los medios no existe en la opinión pública, que es una mediación fundamental para un ejercicio real de la libertad de expresión, de acceso libre a la información, de toma de decisiones y ejecución de acciones políticas⁷⁹. De esta

⁷⁸ La estigmatización que se realiza en los medios, es al mismo tiempo una estigmatización social. Desde la perspectiva de Goffman (2006), lo normal y lo estigmatizado no son personas sino perspectivas que generan situaciones sociales de contactos variados con base en normas. La estigmatización de individuos, grupos y sociedades es un proceso de carácter histórico que considera una construcción de doble vía: estructural-social y subjetiva-cultural, se sustenta en una situación de poder y genera consecuencias políticas. Desde la modernidad como proyecto se construyen estigmas que responden a criterios de racionalidad, universalidad, dicotomía, laicidad, y etno y eurocentrismo.

⁷⁹ La libertad de expresión y el derecho a la información son dos procesos asociados íntimamente a la configuración de sentido, en tanto construcción de significación compartida, sobre *lo público/ciudadano*. La libertad de expresión puede entenderse como el derecho a expresar y difundir libremente pensamientos, ideas y opiniones, a través de cualquier medio de reproducción. Este planteamiento tiene su antecedente en las democracias liberales de los siglos XVIII y XIX, que concibieron la libertad de expresión como un derecho fundamental de los individuos, pero también como una forma de canalización del pensamiento político burgués. Sin embargo, desde un principio, en la sociedad moderna se desarrolló un vínculo estrecho entre libertad de expresión y propiedad de los medios. El derecho a informar ideas y opiniones enfrentó la limitación histórica de que esto sólo ha podido hacerlo quien dispone de los medios para ejercer este derecho; además

manera podemos subrayar que los procesos de visibilización e invisibilización desde los noticieros televisivos se articulan a procesos de *enmarcamiento* (*framing*) que desarrollan los diferentes actores sociales.

3.4.13 *Communicative framing*: desde los medios y los movimientos sociales.

Como se puede reconocer, la construcción de *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) no es exclusiva de los medios de comunicación. Los movimientos sociales también son generadores de este tipo de enmarcamientos. Pero cabe preguntarnos ¿cuáles son las similitudes y cuáles las diferencias entre los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) construidos desde los noticieros televisivos y aquellos creados desde los movimientos sociales?

Entre los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) generados desde los medios y los construidos desde los movimientos existen diferencias y puntos de encuentro. Tenemos que reconocer, de entrada, que parte de las diferencias entre los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) de los medios y los movimientos tienen que ver con desigualdades estructurales y de poder desde el que se construyen dichos procesos de *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*). El objetivo fundamental de los *marcos* (*frames*) de los movimientos es movilizar a la población a partir de problemas específicos y en pos de ciertos objetivos de mejora colectiva; el objetivo primordial de los *marcos* (*frames*) de los medios es el de construir una visión de la realidad acorde a sus propios intereses. Tanto los *marcos* (*frames*) de los medios como los de los movimientos son formas de construcción de la realidad. Mientras que los noticieros buscan ser mediadores para la construcción de *marcos* (*frames*) respecto a los asuntos de interés colectivo, para los movimientos se trata de presentar una visión diferente para entender y resolver esos mismos asuntos. En ambos casos se comparte la finalidad común de buscar construir identidad en sus destinatarios a partir de favorecer significaciones compartidas. Tanto los contenidos de los *marcos* (*frames*) de los movimientos como los de los noticieros son eminentemente ideológicos, sólo que en el caso de los noticieros se busca ocultar este

de que los propietarios de medios han pretendido ejercer su libertad de expresión de forma totalitaria, colocándose por encima de los derechos absolutos de los individuos (Pizarro, 1999: 38, 65, 78).

contenido mediante un argumento informativo/noticioso. Y, finalmente, aunque no se lo propongan deliberadamente, en ambos casos se busca construir y hacer prevalecer una agenda de asuntos públicos, cada quien desde su escenario propio.

Una vez hecho este recorrido podemos identificar que desde una postura determinista la relación entre *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) y audiencias se entendería bajo criterios de unilateralidad, donde los medios tienen el poder de definir los *marcos* (*frames*) desde los que se interpreta la realidad social (Gitlin, 1980). Desde otra postura, se consideraría que los *marcos* (*frames*) de los medios no son la única referencia que la sociedad tiene para construir sus visiones sobre la realidad, pues adicionalmente existen las experiencias personales y la sabiduría popular; asimismo se rechazaría que estos *marcos* (*frames*) accionen como un medio de control absoluto sobre la sociedad⁸⁰ (Gamson, 1992), y se reconocería que en la comprensión de un marco desde el cual se da lectura a una situación determinada, intervienen aspectos como la experiencia propia (personal), el saber colectivo (cultural), además de los *marcos* (*frames*) de los medios (mediático).

Es cierto que los medios de comunicación se constituyen en una plataforma de difusión importante para los movimientos sociales. Sin embargo, consideramos un error sugerir que los medios se constituyen en la única vía para dar a conocer sus demandas, fortalecer su presencia y conseguir sus objetivos tal como lo sugiere Sádaba⁸¹ (2008: 41). También pensamos que otro error es reducir la acción de los movimientos a ser considerados dentro de las instancias institucionales y sociales existentes. Desde nuestro punto de vista es indispensable ubicar la reflexión más allá de los medios y las instituciones tradicionales, y pensarse los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) bajo criterios de historicidad. Posicionarse de manera diferente, implicaría caracterizar erróneamente a los medios como arenas o plazas exclusivas donde se tratan, definen y concretan los asuntos públicos, a partir de *marcos* (*frames*) y argumentos. Aunque Chihu (2010: 28) señala que la forma en que se enmarca una noticia “determina lo que de ella

⁸⁰ Gamson (1992: 117) indica que los medios sólo indican caminos, pero son las personas las que deciden las rutas que quieren seguir, que hasta pueden ser caminos propios, de esta manera lo dicho por los medios se puede considerar una fuente más, a las que se debe sumar las experiencias personales y de grupo.

⁸¹ “Los medios desarrollan un importante papel tanto en la génesis del movimiento como en su consolidación”, dice Sádaba (2008: 42).

realiza la audiencia”, y más adelante indica que “la manera en que la información es presentada, tiene influencia en las respuestas que darán los individuos sobre el tema en cuestión”, lo cierto es que a esta postura determinista podemos objetar que el sentido de un mensaje no se impone, sino que se negocia. Las audiencias no son pasivas, sino activas.

Sin embargo, también cabría decir que se puede cometer el error contrario de subestimar el papel de los medios en la construcción de *marcos (frames)*. Pues es desde estos *marcos (frames)* que los medios incluyen y excluyen asuntos *públicos/ciudadanos*. De ahí que la disputa entre movimientos sociales y medios se traduzca en una lucha por construir *marcos (frames)*, transmitirlos y hacer que sean utilizados por la sociedad. En la medida que comunicativamente prevalezcan los *marcos* mediáticos, y que los movimientos sociales no consigan colocar en el terreno de la comunicación pública sus propios *marcos (frames)*, entonces será más probable que la población asuma como propios los *marcos (frames)* construidos desde el campo mediático. Esto sin olvidar que la prevalencia de un *marcos* dependerá de la potencia que tenga para lograr un alineamiento de *marcos*⁸² personales, colectivos y mediáticos (Snow, 1986).

Habiendo establecido la plataforma conceptual que sirvió para construir el procesos de investigación, se hace necesario ahora dar cuenta de las condiciones por las que transitó el proceso de construcción de la problemática de estudio en sus fases, niveles y líneas prácticas de acción.

⁸² Desde los movimientos pueden operar alineamientos de *marcos (frames)* que involucren una conexión de *marcos (frames)*, que se traduce en un acercamiento entre las necesidades individuales de personas no organizadas y el movimiento; que signifiquen la amplificación del *marco (frame)* que permitan una identificación entre los valores y las creencias de los individuos y las del movimiento; que posibiliten una amplificación del *marco (frame)* del movimiento, que incorporen los intereses de los individuos o grupos con el fin de atraerlos, adherirlos y movilizarlos; que se traduzcan en una transformación del marco, que consiste en el abandono de un marco (*frame*) inoperante por otro con mayor pertinencia. (Sádaba, 2008: 46)

Capítulo 4. Rutas metodológicas para la aproximación empírica.

“Somos como las arañas y las teorías son como las redes con las que tratamos de capturar el mundo. No debemos confundir estas redes o telarañas con el mundo real, pero sin ellas cuánto más alejados estaríamos de poder capturarlo y, en último término, de poderlo disfrutar”
(Mosterín)

La metodología fue entendida en este trabajo como ese conjunto de procesos lógicos planeados y teóricamente respaldados, que permiten identificar, justificar, explicar las formas y herramientas de aproximación a nuestra realidad de estudio, en la tarea de producción de sentido desde la investigación científica. La dimensión metodológica de la investigación que se orienta a la construcción del objeto de investigación se estructuró desde dos niveles: el abstracto y el concreto. Desde lo abstracto se establecieron ya los momentos epistemológicos, desde los cuales proviene la metodología que se delineó; y desde el concreto, se desarrolló un recorrido que fue del referente empírico a los métodos de recolección de datos, hasta llegar a definir los métodos de análisis de éstos (Jensen, 2002: 258).

Se puede entender, entonces, que mientras que en el trabajo de conceptualización nuestro objetivo fue el de construir el objeto teórico que diera consistencia conceptual al estudio, en el trabajo de construcción metodológica, al que nos avocamos en este capítulo, se buscó configurar determinado tipo de articulaciones entre el nivel abstractivo general y el nivel empírico del estudio. Lo que se pretendió fue allanar el camino para la prefiguración de nociones y formulaciones más concretas que permitieran establecer los puentes conectores analíticos entre los conceptos ordenadores y los referentes empíricos, que tomaran forma en categorías de análisis. Sin embargo, siendo este un proceso constructivo, no siguió un curso lineal, sino desigual, con momentos de ruptura y formas de continuidad, alimentado por procesos particulares de búsquedas, tensiones y toma de decisiones, que en seguida se comparten.

4.1 Problemáticas en la construcción de la realidad de estudio y decisiones metodológicas.

A *lo público/ciudadano* le asignamos en la investigación el lugar de concepto ordenador del estudio, al mismo tiempo lo consideramos como un *limes*, como territorio analítico y pensamiento de frontera, en el sentido que le otorgan Trías (2006), Ayora (2007) y Mignolo (2003), más que como una dimensión ya construida¹. Con esto se pretendió superar una visión dicotómica y escalar de *lo público* como simple elemento opositor a *lo privado*. Se buscó pensar dinámicamente no sólo la relación entrecruzada en que se manifiestan los vínculos entre *lo público* y *lo privado*, sino captar además la lógica particular que les es propia en su interdimensionalidad (económica, social, cultural, política y comunicativa).

La separación que operamos entre ambos conceptos en algunos momentos de la investigación fue exclusivamente con propósitos analíticos de apropiación, pero sin perder de vista la relación de articulación en que se manifiestan empíricamente. Esto permitió plantearnos la posibilidad de que *lo público* pudiera estar contenido en *lo privado*, y que inversamente, *lo privado*, pudiera tener presencia en *lo público*. Esta idea no era algo que tuviéramos claro desde el inicio de la investigación. Fue necesario adentrarnos en el terreno de las manifestaciones fácticas de la realidad de estudio, para poder entender esta relación alejada de dicotomías y rigideces. En este sentido es que se notará que a lo largo de esta exposición hacemos referencia mayormente a *lo público*, y no a *lo privado*. Esto da cuenta de una toma de postura asumida de forma deliberada, que resultó de considerar a *lo público* como referente para mirar a *lo privado*, y a esto *privado* como elemento inmerso dentro de *lo público*, y nunca un como aspecto externo a éste.

Este manejo de *lo público* nos permitió hacer emerger de forma articulada a *lo ciudadano* como una categoría analítica de nivel inferior, útil en el proceso de concreción de la realidad de estudio. En este sentido, en el presente trabajo, *lo público* no es lo mismo que *lo ciudadano*. Hasta cierto punto, *lo público* aparece como lo universal en el sentido que le asigna Laclau (1996) mientras que *lo ciudadano* opera como un eslabón de la cadena de equivalencias en que se manifiesta ese sentido universal de *lo público*. Otros eslabones

¹ Bajo esta lógica de pensamiento de frontera, considera Ayora (2007: 140, 154) que más allá de las dos culturas es posible pensar en “terceras culturas” que se colocan en los intersticios de lo global-local, como resultados de procesos de hibridación y de negociación de sentidos.

serían la *esfera pública*, el *espacio público* y la *opinión pública*. El primero apareció como concepto y el segundo como categoría²: *lo público* se expresa en *lo ciudadano*, pero no se agota en ello. *Lo ciudadano* es una de las formas en que se materializa *lo público*. Esto explica el por qué en este estudio se coloca a *lo público/ciudadano* como términos diferenciados, pero dialécticamente articulados.

Por otro lado, a la *información* la consideramos en este estudio como un eje comunicacional del campo mediático, que analíticamente nos permitió indagar las posibles relaciones entre agentes generadores de noticieros televisivos y agentes constructores de movimientos sociales. Fue desde el reconocimiento de la información concretada en forma de noticias televisivas y desde la información generada desde los movimientos sociales que se sugirió la posibilidad de que de esto resultaran procesos de configuración de sentido de *lo público/ciudadano* tanto desde los noticieros como desde los movimientos sociales.

Como parte de los aprendizajes que se originaron en los acercamientos exploratorios pudimos adicionar otro supuesto: que era necesario superar la visión de asociar a los noticieros televisivos con des/configuración de *lo público/ciudadano* y de vincular a los movimientos sociales con procesos de configuración. Consideramos que desde los noticieros televisivos, pero también desde los movimientos sociales se desarrollaran procesos tanto de configuración como de des/configuración de *lo público/ciudadano*. Es de esta manera que hablamos de procesos de encuentro y de desencuentro entre noticieros televisivos y movimientos sociales desde la información. Fue así que desde esta zona de contacto informativa se intentó entender las tensiones y distensiones entre los sujetos responsables de la construcción de estos escenarios: por un lado los conductores televisivos y, por el otro, los integrantes de los movimientos sociales.

4.2 Acotación del estudio por sus unidades de análisis.

Información y noticieros televisivos. En la lógica de esta misma delimitación de los elementos de investigación, operamos inicialmente un doble corte metodológico: *la*

² Entendiendo al concepto como un constructo abstracto, en tanto que la categoría se entendió como un concepto de segundo orden, con menor grado de abstracción, que resulta de la relación analítica que se establece entre concepto y realidad empírica; es el punto intermedio entre lo más abstracto y lo concreto.

información en tanto eje se desdobló en noticieros como mensajes y canales televisivos, como medios. Sobre esta base fue que en un primer momento, el estudio de *lo público* lo consideramos como una característica asociada sólo a Canal 7 (C7), en tanto canal televisivo estatal. Entonces fue necesario que pensáramos en incorporar como elemento de referencia comparativa a un canal televisivo de una empresa privada, que en este caso fue Canal 4, de Televisa Guadalajara, poniendo atención en el manejo de los asuntos públicos que pudiera hacer a través de sus noticieros. En este sentido, la atención fundamental la dirigimos a reconocer hasta dónde los intereses particulares y de lucro median en la determinación de contenidos y formas en que toman cuerpo las noticias que se transmiten en sus espacios informativos.

Como resultado de algunos acercamientos preliminares a los noticieros locales, llegamos a concluir que entre un canal privado y un canal público estatal no existe una diferencia sustancial en el manejo de *lo público/ciudadano*. Estas aproximaciones empíricas a los noticieros televisivos de ambos tipos de empresas nos abrieron la posibilidad de superar esta posición limitada, para colocarnos en condiciones de entender el nivel privado que pudiera poseer *lo público* y el nivel *público* que pudiera contener *lo privado*. Resultado de una primera problematización entendimos que *lo público* no se puede considerar característica privativa de un medio público estatal como C7.

Esto nos llevó a colocar en segundo plano el interés por comparar el tipo de construcción y posicionamiento que ante *lo público/ciudadano* asumen un canal televisivo público/estatal y canales privados/comerciales. Fue así que a los dos tipos de noticieros los mantuvimos como referentes empíricos, aunque sólo como casos a tratar cualitativamente, de un universo más amplio constituido por el conjunto de noticieros locales de televisión abierta, donde sumamos a la oferta informativa de C7 y Televisa Guadalajara, noticieros de TV Azteca Jalisco.

Por otro lado, la necesidad metodológica de desarrollar un tratamiento de la información en cuanto eje, nos condujo a concretar su manejo en noticieros como espacios informativos, y de ahí a la acotación de esta unidad de análisis en noticieros concretos para cada uno de los canales televisivos. Fue así que de un conjunto de noticieros, se eligió

trabajar con los noticieros *Enfoques* del canal estatal y *GDL Noticias*, de la empresa privada Televisa.

Posteriormente, en esta investigación consideramos como referentes amplios de estudio al conjunto de noticieros de televisión abierta de cobertura local³. Aunque de estos se tomaron como casos representativos a los noticieros *Enfoques* y *GDL Noticias*, apoyándonos en las siguientes criterios de elección: a) ser locales por su origen de producción, y por el carácter fundamental de su información y su alcance de señal; b) ser de televisión abierta, con señal accesible, sin costo para los televidentes; c) ser, uno, de tipo estatal (*Enfoques*), instituido como noticiero de un canal del gobierno del Estado de Jalisco y bajo la égida institucional estatal, el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión (SJRT), y por su declaración de organismo público permissionado; d) ser, otro, de tipo comercial (*GDL Noticias*), proveniente de una empresa, Televisa de Occidente, de carácter privado, concesionado y que opera bajo criterios de comercialización para la ganancia; y e) ser ambos, telediarios, por la transmisión cotidiana (de lunes a viernes) que se hace de éstos, en emisión de horarios nocturnos (*Enfoques*: 20:00 a 20:30 hrs., y *GDL Noticias* 21:00 a 22:00 hrs.).

Para este momento, de ambos noticieros nos interesó indagar hasta dónde se podía afirmar que posibilitan una objetivación de sentido sobre lo *público/ciudadano* a partir del enmarcamiento (*framing*) que le daban a la información, y en qué medida se favorecían marcos (*frames*) para la visibilización/invisibilización de asuntos públicos; y, en general, de la construcción de una cultura ciudadana y democrática.

Por otro lado, cabría decir que desde el inicio del trayecto de la investigación mantuvimos la preocupación de evidenciar la presencia de sujetos, que en forma de agentes sociales se encuentran presentes en el entramado de procesos de configuración y des/configuración de lo *público/ciudadano*. Por eso nos pareció importante considerar a conductores de noticieros televisivos como un tipo de agentes sociales que, se supuso,

³ Noticieros de TV Azteca Jalisco: Primera Edición, lunes a viernes 6:00 hrs; Info 7, lunes a viernes 7:00 hrs; Hechos, lunes a viernes a las 23:25; Hechos Meridiano, lunes a viernes 15:30 hrs., Noticieros Televisa Guadalajara: GDL Noticias matutino, lunes a viernes 6:00 hrs; GDL Noticias vespertino, lunes a viernes 15:00hrs; GDL Noticias, lunes a viernes 21 hrs., Noticiero Enfoques, C7, Sistema Jalisciense de Radio y Televisión: lunes a viernes 15:00 hrs y 20:00 hrs. Resumen 8:00 hrs.

inciden directamente en esos procesos de configuración y des/configuración de *lo público/ciudadano* desde sus noticieros televisivos. En este sentido es que se seleccionaron como sujetos de estudio a conductores de las tres cadenas televisivas (Televisa, TV Azteca Jalisco y C7) bajo el criterio único de contar con disposición de aportar sus puntos de vista sobre las cuestiones de la investigación.

Audiencias/ciudadanas en movimiento. De entrada, no adjudicamos *a priori*, ni deterministamente, la potestad de *lo público/ciudadano* a los movimientos sociales, ni le otorgamos a los noticieros televisivos la responsabilidad de la des/configuración de *lo público* y de *lo ciudadano*. Más bien dejamos que estos asuntos se dirimieran, aunque fuera sólo parcialmente, a través del propio proceso de investigación. Se reconoció, así, que la configuración y des/configuración de *lo público/ciudadano* no son procesos desarrollados exclusivamente *por y desde* los noticieros televisivos, sino también *por y desde* las audiencias televisivas en general y de los movimientos sociales en particular.

Suponer la capacidad de las audiencias de contribuir en la configuración y des/configuración de *lo público*, nos condujo a la necesaria tarea de relacionarlas con los conceptos de la cadena de equivalencia de *lo público*, tales como *esfera pública* y *espacio público*. Estas categorías, en su momento, cumplieron la función analítica de ser puentes para transitar hacia el trabajo de conceptualización de las audiencias en su modalidad de audiencias/ciudadanas organizadas y participantes en movimientos sociales.

Fue así que, además, consideramos a ciertos movimientos sociales tapatíos como referentes empíricos fundamentales, desde donde pretendimos indagar hasta qué punto los agentes que están en la base de estas manifestaciones favorecen no sólo *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*), sino también desconfiguraciones y desenmarcamientos de *lo público/ciudadano* y de los mismos noticieros televisivos.

De esta forma pudimos identificar un recorrido analítico/metodológico que consideró progresivamente a los actores sociales como televidentes, teleaudiencias ciudadanas, componentes de la sociedad civil, integrantes de la esfera pública, hasta llegar a su acotación en dirigentes de movimientos sociales locales.

De la aproximación empírica a estos agentes sociales nos interesó identificar en qué medida las prácticas que realizan favorecen la configuración y/o la des/configuración de *lo público/ciudadano* en escenarios propios, tomando forma en procesos concretos de *enmarcamientos (framing)* y *des-enmarcamientos* al margen de las empresas televisivas o en conjunción con éstas; además de que hasta dónde los dirigentes de estos movimientos mantienen o no una práctica de consumo televisivo noticioso; y si han asumido una postura de consumo o de indiferencia y de rechazo ante los noticieros.

Al delimitar el estudio de las audiencias televisivas en la manera como se señala, tratamos de suponer que más allá de los noticieros televisivos como producto mediático existen agentes sociales que a través de sus prácticas colectivas simultáneamente producen hechos que, en ciertas condiciones, son convertidos en acontecimientos, y en materia prima para la construcción de noticias. Por lo que decidimos considerar como referentes fundamentales a los dirigentes de algunos movimientos sociales con presencia a nivel local.

En esta fase de la investigación seleccionamos a seis organizaciones, bajo los siguientes criterios: que fueran representativas de diferentes sectores sociales; que en ese momento, sus miembros estuvieran involucrados en movimientos que tuvieran como finalidad la construcción de participación y movilización ciudadana, en función de intereses públicos; y que su accionar incluyera la zona metropolitana de Guadalajara.

En este sentido, fue que realizamos un acercamiento al grupo Comunidad CRECE, organización que realiza su intervención entre mujeres de colonias pobres; a GDL en Bici, organización ambientalista que promueve formas sustentables de vialidad urbana; al Colectivo Ecologista Jalisco, organización ambientalista; al Colectivo Lésbico, Gay de Occidente (COLEGA O), grupo de apoyo a homosexuales y lesbianas; al Tianguis cultural, organización y movimiento de trabajadores de la cultura; y el Campamento Informativo Ciudadano, organismo coyuntural que accionó en oposición a la construcción del llamado “Puente Atirantado” (Matute Remus), en Guadalajara. Rasgos generales de estos agrupamientos se presentan en seguida.

4.3 *Comunidad Crece, A.C.*⁴

Como organización emergió el año de 1999 por iniciativa de la Sociedad del Sagrado Corazón de Jesús a través del Colegio Guadalajara, A.C. Se reconoce como un proyecto educativo popular, que se ha propuesto generar puentes solidarios entre la comunidad educativa del Colegio Guadalajara y las familias de escasos recursos del poniente de la ciudad de Guadalajara. Busca promover procesos de concientización y transformación social; la formación integral de la persona, las familias y la sociedad; y favorecer la organización de la comunidad, la formación de agentes multiplicadores y su vinculación con otras organizaciones. Su trabajo es cotidiano, atendiendo diferentes colonias pobres del occidente de la ZMG.

4.4 *GDL en Bici*⁵

Constituida por un grupo de jóvenes profesionistas de la ciudad de Guadalajara, Jalisco, México, que desde agosto de 2007 se ha propuesto promover el uso de la bicicleta como un medio de transporte alternativo en la ciudad. Su tarea es colaborar, organizar y participar en acciones para el fomento de la bicicleta, con talleres sobre la vialidad y movilidad urbana, así como sus alternativas, boletines informativos, mesas de diálogo y campañas del uso de la bicicleta. Vinculan su trabajo con otros movimientos civiles, dependencias de gobierno en asuntos de planeación urbana, cicletteros de fronteras extranjeras y personas apasionadas por este tema. Su trabajo es voluntario. En los últimos meses se encargaron de organizar, aquí en esta ciudad, un encuentro internacional para el intercambio de experiencias sobre formas de vialidad urbana alternativa y han creado un centro de encuentro para los ciclistas urbanos en el barrio de Santa Teresita.

⁴ Cfr. http://www.comcrece.org/index.php?option=com_content&task=view&id=12&Itemid=27 Información recuperada en junio de 2009.

⁵ Información contenida en la página de internet de la organización GDL en bici. http://www.gdlenbici.org/index.php?option=com_content&task=view&id=107&Itemid=98 Recuperada el 20 de agosto del 2009.

4.5 *Colega. O, A.C.*⁶

Se define como un Centro de la Diversidad Sexual Guadalajara. Sus oficinas se localizan en el Barrio de Analco, en Guadalajara. El antecedente inmediato en la formación de este agrupamiento se encuentra en el Comité Gay Tapatío. Colega se identifica como una asociación de participación y transformación social, de carácter autónomo e independiente. Señala que su objetivo fundamental es la promoción y defensa de los derechos de Lesbianas, *gays*, bisexuales y transexuales (LGBT). Busca contribuir al libre desarrollo de las personas en correspondencia con su orientación sexual o identidad de género. Establece que su misión es la promoción del empoderamiento y el ejercicio ciudadano en la población joven LGBT, para lograr su inclusión plena en la sociedad, además de implementar programas de prevención, educación y movilización social buscando despertar una conciencia integradora, que eleve la autoestima y la visibilidad de las diferentes identidades u orientaciones sexuales (Govela, Bustos, Bastidas: 2007). Su visión la define como la generación de acciones de alto impacto en orientación sexual e incidencia política, para generar una sociedad que garantice la igualdad de derechos civiles y humanos para este tipo de sectores. Los valores con los que se rige son la defensa y promoción de los derechos humanos de la diversidad sexual, la equidad, el respeto, la responsabilidad, la fortaleza, la solidaridad y la lealtad. Se integra por personas comprometidas con los valores de solidaridad, equidad y respeto a la diversidad. Su trabajo se fundamenta en acciones voluntarias de todas las personas que allí participan.

4.6 *Tianguis Cultural de Guadalajara A.C.*⁷

Se originó en 1995 como espacio público de reunión en Guadalajara. Sus fundadores fueron Alejandro Zapa, Sergio Fong, Olga Rivera y David de Anda. Manifiestan respetar la libertad de elección y de acción. El Tianguis es independiente de

⁶ Datos contenidos en el tríptico circularizado por COLEGA, O, A.C.

⁷ Cfr. <http://www.myspace.com/tianguisculturalac> Recuperado el 13 de octubre de 2009.

agrupaciones políticas y religiosas. Se dice un proyecto que apuesta por una política cultural pública y gratuita, a través de un espacio multidisciplinario, abierto, libre y de cultura urbana, que como foro recoja diversas manifestaciones creativas de los jóvenes tapatíos. Actualmente al Tianguis Cultural convoca a un promedio de 450 expositores permanentes, con diferentes giros de exposición y/o venta. Se considera que cada sábado acuden al Tianguis Cultural un promedio de 7 000 personas, sobre todo jóvenes. Primero se instaló en el jardín José Rolón –en el Centro Histórico de Guadalajara- y en la actualidad opera en la Plaza Juárez de Guadalajara, próxima a la antigua terminal ferroviaria de esta ciudad.

4.7 *Colectivo Ecologista Jalisco, AC (CEJ)*⁸.

Surge en Jalisco el año de 1986. Se definen como una organización de la sociedad civil, independiente de partidos y sin fines de lucro. Su actividad se orienta a “la educación ambiental, la incidencia pública, el derecho a la información y la articulación entre diferentes sectores interesados en mejorar las relaciones sociedad-naturaleza”. Se reconocen como un grupo interdisciplinar de hombres y mujeres que desarrollan sus actividades voluntariamente a nivel intersectorial; buscan alianza con diferentes sectores gubernamentales, académicos, indígenas, productores agropecuarios, medios de comunicación, industriales y ONGs locales, nacionales e internacionales. Consideran la facilitación y el consenso como medios para transformar la sociedad de raíz. Trabajan desde diferentes áreas temáticas o espirales de acción como: pesticidas, producción de basura, transgénicos, deforestación, contaminación del agua, tráfico vehicular, cambio climático y extinción de biodiversidad, entre otros.

4.8 *Campamento Informativo Ciudadano (CIC)*⁹.

⁸ <http://www.cej.org.mx/> Recuperado el 10 de agosto de 2009.

⁹ Información obtenida a partir de la entrevista realizada a una de sus dirigentes.

Se expresó como una forma de organización coyuntural, que se construyó como manera de dar respuesta a una medida del gobierno concreta. Se estableció en Guadalajara en los cruces de las avenidas de Lázaro Cárdenas y López Mateos en oposición a la construcción del llamado “puente atirantado”. En su momento solicitó un diálogo entre ciudadanos y autoridades para juntos construir un proyecto integral de ciudad con movilidad sustentable, eficiente y socialmente responsable, beneficiosa para todos. Lo que implicaría considerar al peatón y a la movilidad no motorizada; hacer del sistema de transporte público una red articulada multimodal; y dar prioridad a la creación de zonas peatonales y ciclistas.

A partir de identificar estos movimientos sociales en función de sus características fundamentales es que nos fue posible dejar claro que los movimientos seleccionados incluyeron sectores sociales diversos: mujeres, urbanistas, ambientalistas, homosexuales/lesbianas, culturalistas y de movilidad urbana alternativa.

4.9 Acotaciones espacio/temporales de la investigación.

Metodológicamente, el espacio que se consideramos para la realización de este estudio fue la zona metropolitana de Guadalajara (ZMG), bajo los criterios de que la señal, la fuente de noticias, el consumo de estos noticieros, la expresión de los movimientos ciudadanos y la vida cotidiana de los ciudadanos se desarrolla sobre todo en este escenario. En tanto que el tiempo metodológico de esta investigación lo establecimos bajo criterios de considerar una dimensión estructural de la experiencia social (Martín Barbero, 2004) y como intertemporalidad social (Santos, 2009: 76, 77, 94-95), de no contemporaneidad en y entre los diferentes elementos de análisis¹⁰, donde noticieros y movimientos sociales responden a una lógica de temporalidad propia, que se entrecruzan, pero que nos son reductibles una a otra. Buscamos, así, comprender a los noticieros televisivos y a los movimientos sociales, en tanto audiencias, como participantes simultáneos de procesos

¹⁰ Se parte del presupuesto de Santos (2009:113-117, 125), de que la ecología de las temporalidades, considera que las sociedades están constituidas por diferentes tiempos y temporalidades, y que las culturas construyen distintas reglas temporales; que el tiempo lineal es sólo una opción entre otras formas de temporalidad (tiempo circular, tiempo cíclico, etc.) (Santos, 2009:117-119).

complejos e irregulares de configuración de *lo público/ciudadano*, entrecruzados por tiempos desiguales y diversos, teniendo como escenario campos mediáticos.

La temporalidad metodológica de esta investigación comprendió los años de 2007-2010, considerando sobre todo los plazos establecidos por el programa doctoral como límites para desarrollar este trabajo. De la misma forma, esta acotación temporal se entrecruzó con los tiempos de gestión del gobierno federal de Felipe Calderón, del gobierno estatal de Emilio González (2007-2011), con el inicio del periodo de la nueva administración del Canal 7 y del SJRYT (2007-2011) y con la celebración del cincuenta aniversario de la creación de Televisa de Occidente.

La metodología que se utilizó en esta investigación fue mixta, una combinación de trabajo cualitativo con trabajo cuantitativo, pensando ambas modalidades de una manera articulada: ir de lo concreto a lo abstracto y de lo abstracto a lo concreto; de la parte al todo y del todo a la parte, de la cifra al proceso y a la inversa. Tratamos con estas aproximaciones y recorridos construir una síntesis, como unidad de lo diverso, síntesis que procede de múltiples determinaciones, en términos de Marx (1987: 51)¹¹.

4.10 Rutas de abordaje empírico.

Las preguntas centrales de investigación nos permitieron precisar lo que requeríamos saber, para qué y a través de qué se podía construir esta información. De entrada los elementos de esta investigación los estructuramos en dos niveles, uno conceptual, y otro empírico. Conceptualmente requeríamos reconstruir el significado de lo que se entiende por *lo público/ciudadano*, *noticiero televisivo*, *movimientos sociales* y *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*). La finalidad de la conceptualización que realizamos pretendió construir y dimensionar el sentido que se le daría a cada uno de los conceptos a lo largo de la investigación. Esta conceptualización

¹¹A este respecto, Karel Kosic (1976:45) señala lo siguiente: “El método de ascenso de lo abstracto a lo concreto es el método del pensamiento; con otras palabras, esto significa que es un movimiento que se opera en los conceptos, en el elemento de la abstracción. El ascenso de lo abstracto a lo concreto no es el paso de un plano (sensible) a otro (racional), sino un movimiento del pensamiento y en el pensamiento. Para que éste pueda avanzar de lo abstracto a lo concreto, debe moverse en su propio elemento, es decir, en el plano abstracto, que es la negación de lo inmediato, de la evidencia y de lo concreto sensible”.

pasó por identificar los elementos que constituían a la abstracción referida, la relación que guardaba entre ellos y la configuración en que esto desembocaba (Ander-Egg, 1995). En el nivel empírico operacionalizamos cada uno de las unidades de estudio estableciendo los indicadores observables que permitieran identificar las características de las expresiones estudiadas.

Consideramos como muestra de estudio a los noticieros transmitidos en bloques de semanas determinadas de antemano, que quedaran consideradas dentro de los plazos fijados por mostrar los avances del proyecto doctoral: septiembre-octubre de 2009. De la misma manera se considerarían los noticieros de aquellos días en donde hubieran ocurrido sucesos socialmente importantes para la colectividad de la zona metropolitana de Guadalajara, donde el tratamiento noticioso era significativo para esta investigación. Los niveles que tomamos en cuenta en el estudio de los noticieros monitoreados fueron su estructura, los asuntos que presentan y la construcción que se hace de los aspectos noticiosos, criterios desde los cuales pretendimos aproximarnos a reconocer los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) construidos. Como ya señalamos, del conjunto de noticieros locales que se proyectan en la televisión tapatía, empíricamente trabajamos con solamente dos de ellos, uno de la televisión privada (*GDL Noticias*) y uno de la televisión estatal (*Enfoques*).

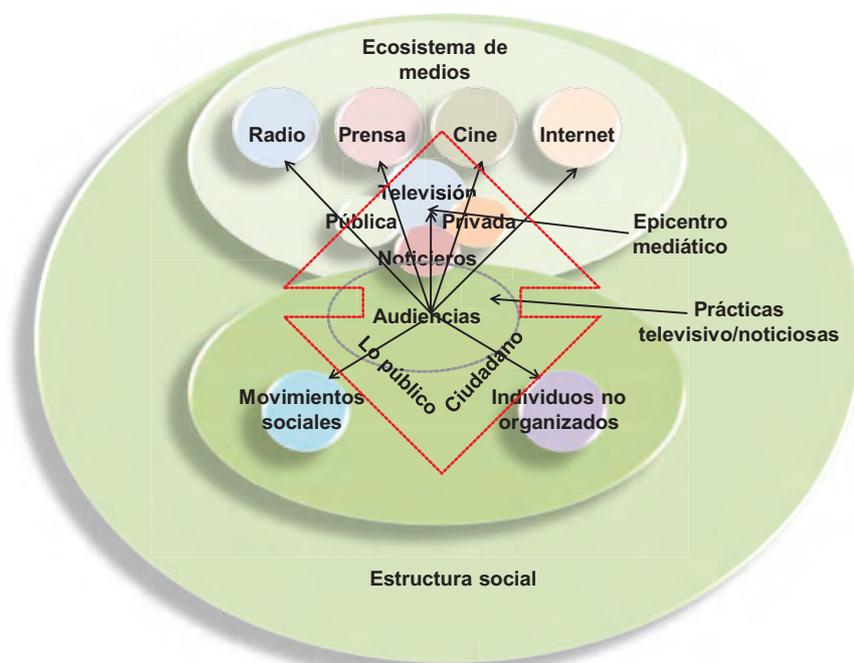


Figura 4. Cartografía general de investigación,

4.11 Abordaje metodológico de los noticieros de *GDL Noticias* y *Enfoques*.

En este nivel, el trabajo asumió las siguientes características:

- ❖ Nos dirigimos al estudio de dos noticieros: *Enfoques*, de C7 y GDL Noticias de Canal 4, de dos canales televisivos, uno estatal y otro comercial: C7 (Sistema Jalisciense de Radio y Televisión) y Canal 4 (Televisa Guadalajara).
- ❖ Desarrollamos técnicas de monitoreo, registro videográfico, transcripción de información, elaboración de matriz analítica, sistematización de la información obtenida e interpretación de la misma.
- ❖ Analizamos diez noticieros, cinco días por cada uno de los canales. Los días considerados para el estudio, en el caso de *Enfoques* fueron: lunes 29 y martes 30 de septiembre, miércoles 1º, jueves 2 y viernes 10 de octubre de 2009. De *GDL Noticias* se monitoreó el noticiero durante los días: lunes 29 y martes 30 de septiembre, miércoles 1º, jueves 2 y viernes 3 de octubre de ese mismo año.

- ❖ Reconocimos la ubicación de los noticieros en función de la parrilla programática del propio canal y del flujo televisivo amplio en los horarios de los noticieros: 20:00 a 20:30 hrs., para Enfoques, y 21:00 a 22:00 hrs., para GDL Noticias. El aspecto a destacar aquí fue en qué horario se ubicaba este noticiero; qué programas le antecedían y le seguían; qué ubicación tenía el noticiero en relación a la programación que en conjunto ofreció diariamente cada uno de los canales; y qué ubicación por género televisivo mantenía cada uno de estos programas.

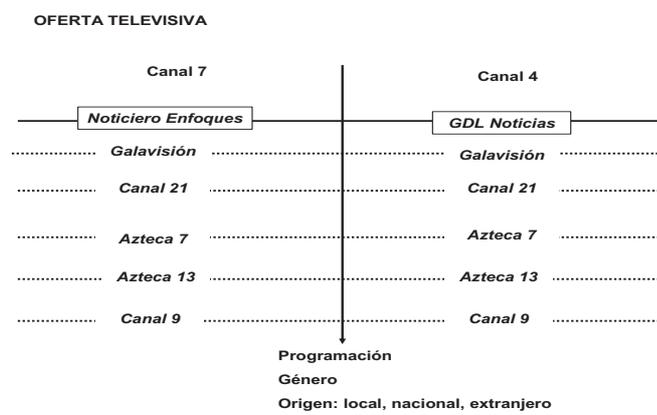


Tabla 1. Contexto de oferta televisiva de Canal 7 y Canal 4.

- ❖ Monitoreamos, registramos y transcribimos los datos significativos relacionados con la estructura del noticiero: identificación, cortinilla de entrada, bloques de noticias, cortes comerciales y/o de identificación y salida.



Tabla 2. Estructura y secuencia de elementos de los noticieros televisivos.

- ❖ Categorizamos la información en función de los siguientes aspectos: fecha, ubicación de la nota informativa por ser o no mencionada en la cortinilla de entrada, ubicación en la secuencia de notas, bloque en la que se incluyó; contenido y dimensionalidad¹² de la nota (económico, social, político, cultural); alcance que tenía la nota por su implicación (local, regional, nacional, internacional); género periodístico a partir del cual se construyó la información¹³ (noticia, reportaje, crónica, editorialización); sujeto que se visibilizó; e institución a la que se hace referencia implícita o explícitamente; tipo de referencialidad¹⁴ que se construyó (indicativa, valorativa, explicativa).

¹² En este trabajo se hace referencia a la dimensionalidad como una forma clasificatoria de las diferentes manifestaciones estructurales e intersubjetivas de la sociedad. En este sentido se habla de dimensiones como las siguientes. *Dimensión económica*, que contiene elementos relacionados con las actividades de producción, circulación y consumo de bienes materiales y/o servicios. *Dimensión social*, se refiere a los asuntos que involucran a un colectivo de individuos que desarrollan actividades a través de interacciones e instituciones, con el fin de lograr ciertos propósitos previamente fijados. *Dimensión política*, considera aquellos asuntos relacionados con el poder y el contrapoder en cualquiera de sus manifestaciones, económica, política o simbólica. *Dimensión cultural*, relacionadas con las prácticas de configuración simbólica de sentido que se expresan en formas de pensamiento, creencias, tradiciones, rituales, representaciones e imaginarios, comunes a un grupo social, y objetivadas en formas materiales diversas.

¹³ Los *géneros periodísticos* son herramientas de comunicación que asumen diferentes formas y utilizan distintos lenguajes. Se usan para relatar algún acontecimiento ocurrido, que se considera de importancia para contar a un público. Se clasifican en función de su temática, por su modo de trabajo, por la corriente de pensamiento y por el grado de objetividad (periodismo informativo y periodismo de opinión/interpretativo). *La noticia*, es la información que se da a conocer sobre un acontecimiento real, de manera concisa, clara y sencilla; donde se hace uso de frases cortas y de palabras comprensibles; donde se habla en tercera persona y no se utilizan adjetivaciones ni adverbios; además de que se escribe en tiempo pasado. Se dice que la noticia posee características de oportunidad y de actualidad, que es novedosa, que genera interés público y que no incluye juicios de valor por parte de quien la construye. A través de la noticia se procura informar lo necesario para que el destinatario comprenda el sentido de la información. *El Reportaje* es un género periodístico informativo que se distingue por presentar los acontecimientos de interés de manera detallada y las circunstancias en las que ocurrieron. Presenta opiniones de actores, considera referencias que fundamentan lo dicho (cifras, datos, información bibliográfica y hemerográfica). El reportaje cuenta, contextualiza, describe y visibiliza lo que se encuentra en el transcurso de un hecho. Presenta una problemática desde diferentes perspectivas. *Espacio de opinión*, son segmentos de espacios de expresión subjetiva donde se configura un punto de vista argumentado sobre un tema de actualidad a través de problematizaciones, valoraciones e interpretaciones por parte de una persona, generalmente especializada.

¹⁴ Siguiendo a Guiraud (1979) y su concepto de referencialidad, fue que se construyeron las siguientes categorías para la clasificación de las noticias en este nivel. *Referencialidad informativa*, tipo de contenido descriptivo de un hecho, que es más próximo a lo acontecido en la realidad, y sobre lo que se da cuenta. Se le considera de alta referencialidad en tanto que no incorpora juicios de valor. *Referencialidad valorativa*, tipo de contenido informativo que incluye valoraciones sobre lo que se informa. Posee baja referencialidad en la medida que incorpora subjetivaciones a partir del tratamiento que se realiza. *Referencialidad explicativa*, tipo de contenido noticioso que presenta argumentos que dan cuenta de las causas y/o consecuencias asociadas a la ocurrencia de un hecho. Dichos argumentos pueden ser de tipo referencial informativo, valorativo, conminativos, o una combinación de éstos. *Referencialidad conminativa*, tipo de contenido de un género periodístico que convoca, llama al destinatario a asumir una postura o realizar una acción.

Canal		Día/mes/año/Canal Cortinilla de entrada						
Día	No.	Bloque 1 (duración)	Alcance	Dimensión	Género	Sujeto	Institución	Referencialidad

Tabla 3. Matriz para registro de información de contenidos de los noticieros televisivos monitoreados.

- ❖ Cuantificamos y sistematizamos la información. Ésta se ordenó y cuantificó por categorías, y se obtuvieron porcentajes, que se presentan después en forma de gráficos.
- ❖ Con base en los resultados obtenidos en esa primera parte del estudio de los noticieros, procedimos a seleccionar una nota que por su incidencia cuantitativa apareció como la más significativa para hacer un análisis cualitativo de la misma. La perspectiva que utilizamos fue la del análisis de contenido, combinado con un análisis crítico del discurso. El objetivo se dirigió a reconocer las dimensiones de poder contenidas en las noticias consideradas como discursos a través de evidenciar los recursos que se utilizaron para visibilizar/invisibilizar los asuntos públicos y los movimientos sociales que actúan en el espacio de la esfera pública local, y el tipo de *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) que se construyó por parte del actor político emisor (ver anexo 9).
- ❖ Finalmente realizamos la interpretación de los resultados obtenidos, estableciendo una asociación entre la modalidad cuantitativa y cualitativa del estudio.

4.12 Metodología de aproximación a los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*).

En este trabajo consideramos necesario precisar una metodología de acercamiento a los *enmarcamientos comunicativos*¹⁵ (*communicative framing*) que construyen tanto los conductores televisivos, a través de sus espacios noticiosos, como los dirigentes de los movimientos sociales, mediante sus expresiones públicas, buscando entender los procesos de producción y difusión de los elementos ideológicos y culturales, que tienden a transformarse en productos y acciones (Chihu, 2006: 9, 10). Desde el análisis empírico de los *enmarcamientos comunicativos* consideramos que los discursos públicos se estructuran en torno a dimensiones específicas entre las que consideramos: pronóstico, diagnóstico, motivos, protagonista, antagonista y audiencia. Además de que este análisis pudimos desarrollarlo con base en momentos como los siguientes: identificación de los símbolos y los contra/símbolos y sus relaciones contenidas en un discurso; definición del actor o actores que cumplen la función de ser patrocinador/patrocinadores del discurso (Gamson y Stuart, 1992), en tanto agentes o instituciones socialmente representativos encargados de difundir el discurso en el ámbito público y construir marcos (*frames*); y la identificación del “foro” como sede comunicativa institucional de la esfera pública, a partir de las cuales se difunden públicamente los discursos públicos. Además, considerando que estos foros funcionan de acuerdo a sus propias reglas y lógicas (López y Chihu, 2008: 700-701).

Fue así que, tomando como base el concepto de *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) y los elementos que en él están contenidos, construimos una matriz analítica general que fuera una herramienta orientadora para reconocer las diferentes rutas que podríamos seguir para reconocer las características de los *enmarcamientos* (*framing*) realizados a partir de sus discursos tanto por los conductores de noticieros televisivos y los dirigentes de los movimientos sociales motivo de estudio.

Metodológicamente consideramos necesario abordar los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) bajo los siguientes momentos de aproximación: i) Precisar las condiciones sociales desde las que se producen y circulan los *enmarcamientos*

¹⁵ Uno de los retos fue lograr conducir los *marcos* (*frames*) del nivel conceptual al terreno operativo que permitan una aproximación a la comprensión de los procesos que intervienen en la constitución de estos marcos (*frames*). Uno de los problemas epistemológicos relacionados con los *marcos* (*frames*) es la manera en que estos se construyen a partir de dicotomías, en elementos de oposición.

comunicativos (*communicative framing*) de los conductores y los dirigentes; ii) abordar de manera particular la expresión discursiva de los conductores noticiosos televisivos y los dirigentes de movimientos sociales; iii) identificar el tipo de problemas reconocidos como tales por cada uno de estos agentes, precisando el diagnóstico, el pronóstico y las alternativas que establecen; iv) conocer el tipo de protagonistas y antagonistas que los agentes asocian con las problemáticas planteadas, y los marcos generales (*master frames*) en donde se les ubica; v) conocer las auto/atribuciones que sobre sí mismos hacen los agentes y las atribuciones tipificadas que hacen respecto a los definidos como antagonistas; vi) precisar los símbolos que vinculan a los protagonistas y los contra/símbolos relacionados con los antagonistas, bajo criterios de dicotomías; vii) conocer las pautas de acción que plantean para enfrentar la problemática y los foros y audiencias hacia los que se dirigen sus mensajes comunicativos; viii) identificación de semejanzas y diferencias entre los elementos contenidos en los discursos de enmarcado de conductores y dirigentes; ix) interpretación analítica de los resultados de estas analogías entre los dos tipos de agentes, buscando identificar su eficacia política y simbólica.

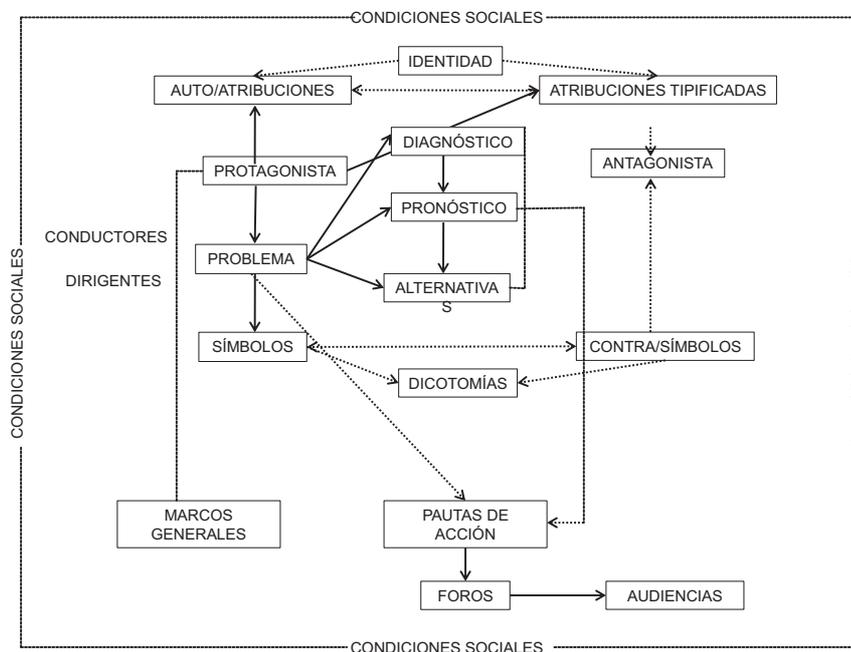


Figura 5. Matriz analítica del proceso de *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*).

Como parte de este despliegue metodológico, se realizaron entrevistas semi/estructuradas¹⁶ a siete conductores de noticieros de Televisa (3 hombres y cuatro mujeres); 3 entrevistas a conductores de TV Azteca Jalisco; y una entrevista a conductor de noticieros de C7. Estas entrevistas se realizaron entre el 26 de octubre y el 19 de noviembre del 2009.

Entrevistado	Empresa	Fecha de entrevista
Carlos Godínez	TV Azteca	26 de octubre de 2009
Ricardo García	TV Azteca	4 de noviembre de 2009
Juan Fabián Romero	Televisa	4 de noviembre de 2009
Ernesto Villalpando	Televisa	5 de noviembre de 2009
Miguel Ángel Collado	Televisa	6 de noviembre de 2009
Rebeca Reynoso	Televisa	11 de noviembre de 2009
Rocío López Ruelas	Televisa	13 de noviembre de 2009
Paola Velasco	Televisa	17 de noviembre de 2009
Marilyn Sicilia	Televisa	18 de Noviembre de 2009
David Medrano	TV Azteca	19 de Noviembre de 2009
Javier Vera	C7	19 de noviembre de 2009

Tabla 4. Nombres, empresa y calendarización de entrevista a conductores.

Los contenidos que abordamos en dichas entrevistas tenían la finalidad de conocer sus opiniones sobre aspectos como los arriba señalados, tomando como formas particulares de aproximación estos aspectos: la problemática social actual; la función presente de los medios; los criterios de noticiabilidad de un hecho; las dificultades que enfrentan para transmitir una información; lo que entienden por asuntos públicos y asuntos privados desde

¹⁶ Las entrevistas semi/estructuradas involucran la preparación de una guía para la entrevista que enumere un conjunto predeterminado de preguntas o temas que se van a tratar. Esta guía sirve como una lista de verificación durante la entrevista y asegura que se obtenga básicamente la misma información a partir de varias personas. Aun así, existe bastante flexibilidad. El orden y el funcionamiento real de las preguntas no se determinan por anticipado. Además, dentro de la lista de temas o áreas temáticas, el entrevistador tiene la libertad de dar mayor profundidad a determinadas preguntas. La ventaja del estilo de la guía de entrevista es que el hecho de entrevistar a diferentes personas se hace más sistemático e integral, ya que se delimitan los temas que se tratarán. Los desfases lógicos en la información recopilada se pueden anticipar y estrechar, mientras la entrevista fluye como una conversación espontánea. La debilidad de este enfoque como herramienta para el uso del entrevistador, es que no permite que guíe los temas o tópicos de interés que no se anticiparon en el momento de la elaboración de la guía. Además de que la flexibilidad del entrevistador en la formulación y ordenamiento de las preguntas podría originar respuestas sustancialmente diferentes según las personas, lo que reduce la capacidad de comparación.

su noticiero; la relación que mantienen con los gobiernos y la jerarquía de la iglesia católica; sobre *lo ciudadano* y la relación que identifican entre noticieros televisivos-construcción de ciudadanía-democracia, y la prospectiva del noticiero que hace falta construir.

Para realizar este acercamiento utilizamos fundamente la técnica de la entrevista semi/estructurada. Las entrevistas las realizamos en el lapso de julio a noviembre del 2009.

Por otro lado, en la aproximación empírica a los dirigentes de los movimientos sociales consideramos el presupuesto de visualizar a los dirigentes como audiencias/ciudadanas, esto es, como actores sociales mediados por la capacidad real o potencial de desarrollar una práctica de agencia ciudadana, de interesarse por los asuntos públicos y desarrollar acciones organizadas en pos de conseguir avances en este terreno. Los mismos integrantes de cada organización seleccionaron a la persona que nos concedería la entrevista. En todos los casos se trabajó con uno de los líderes por organización. Sólo en el caso de Comunidad CRECE, la charla se estableció con sus cuatro mujeres dirigentes.

Entrevistados	Organización	Fecha
Libertad, Hilda y Socorro	CRECE	1 de julio de 2009
Yerel	GDL en Bici	9 de Julio de 2009
Jorge	Colectivo Ecologista Jalisco	7 de julio de 2009
Isidro	Colega O AC	10 de julio de 2009
Davide	Tianguis Cultural AC	12 de noviembre de 2009
Karenina	Campamento Informativo Ciudadano	7 de diciembre de 2009

Tabla 5. Calendarización de entrevista a dirigentes de movimientos sociales.

A partir de los contenidos de las entrevistas buscamos clarificar el tipo de opiniones, desde donde reconocer los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) que los movimientos sociales han construido sobre los problemas en la sociedad actual; sobre su propio consumo televisivo; sobre la televisión tapatía y los noticieros televisivos locales; sobre la noticiabilidad que mantienen o no sus movimientos en los noticieros televisivos

locales; sobre los asuntos públicos y privados, lo ciudadano y la función de un noticiero televisivo en la construcción de ciudadanía; y acerca del noticiero ideal imaginado.

Una vez que realizamos estas entrevistas a los representantes, transcribimos de manera íntegra lo dicho por ellos. Fue entonces que procedimos a diseñar una matriz analítica que permitiera la sistematización de contenidos relacionados con la problemática de estudio. Esta matriz la armamos considerando tres niveles: i) lo estructural y lo subjetivo; ii) *lo público y lo ciudadano*; y iii) medios y ciudadanía. Lo estructural entendido como el entramado social objetivo, reconocido y dotado de sentido por los sujetos entrevistados donde desarrollan sus prácticas, establecen sus relaciones e interacciones, construyen sus instituciones y desarrollan formas de asimilación y/o de resistencia a su ubicación en torno a un eje de poder. Lo subjetivo comprendido como las manifestaciones intersubjetivas que, desde, con y junto a condiciones estructurales, los entrevistados expresan a nivel de sentidos las visiones que han construidos sobre sus contextos, sus prácticas, sus objetivos, sus medios y recursos, respecto a los otros sujetos y sobre sí mismos (*habitus*). *Lo público* entendido como espacio de construcción y flujo de los asuntos de interés colectivo; y *lo ciudadano* como esa manifestación participativa de los individuos y grupos involucrados en la construcción de *lo público* en sus diferentes niveles (social, político, cultural, económico), y que es reconocido como tal por los sujetos entrevistados. El nivel de medios y ciudadanía lo entendimos como el conjunto de *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* que los entrevistados han construido sobre los medios de comunicación, particularmente la televisión, los mensajes que difunden, especialmente los noticieros, y la relación que suponen se establece entre mensajes informativos y construcción de ciudadanía.

De cada uno de estos niveles se contemplaron diferentes variables a considerar. Del nivel estructural se destacó: i) la función de mediación que cumplen las relaciones e interacciones sociales que se desarrollan entre conductores y dirigentes de movimientos por intermediación de los noticieros; ii) la presencia que adquieren las diferentes esferas tanto en los contenidos de las noticias, como en los mismos procesos de *enmarcamiento (framing)*; iii) los diferentes ejes de desigualdad desde donde se expresan los conductores y

los dirigentes de los movimientos sociales; iv) y los propios ejes de resistencia desde donde se manifiestan los movimientos sociales.

Lo subjetivo (intersubjetivo) se asoció con el conjunto de procesos de *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* desarrollado por los diferentes agentes en sus diversas modalidades. Del nivel de *lo público y ciudadano* consideramos: i) *lo público y lo ciudadano* desde la mirada del sector, aquí se contemplaron las prácticas y las significaciones que los entrevistados han construido sobre lo que consideran asuntos *públicos* relacionados con su sector específico o sobre sectores más allá del propio; ii) las formas de objetivación reconocidas sobre *lo público*, donde se ubican las maneras específicas en que *lo público* es identificado por los entrevistados pero en sus formas particulares en el sector de que se trate; iii) las características de una ciudadanía *otra*, aquí buscamos incluir la visión proyectiva, ideal, que los entrevistados tienen sobre lo que sería una ciudadanía modelo, considerando el sector social desde donde trabajan.

En el nivel de medios y ciudadanía integramos estas variables: i) de consumo personal televisivo, donde tratamos de recuperar los que consumen televisivamente los entrevistados y la manera en que otorgan significado a ese consumo; ii) la valoración de los medios, aquí incluimos las opiniones de los sujetos entrevistados sobre la situación que guardan los medios, en relación al peso social que poseen y a la oferta programática que mantienen; iii) la visibilización/invisibilización del sector y movimiento en medios y noticieros, donde se buscó incorporar las opiniones de los entrevistados sobre la manera en que ellos consideran que los medios, y en particular los noticieros televisivos, visibilizan/invisibilizan las propuestas, las acciones y la situación en la que se encuentra el sector, y la manera en que lo muestran en la pantalla; iv) las características de un noticiero de sector, donde nos propusimos identificar la visión proyectiva, que en tanto *enmarcamiento (framing) particular*, los entrevistados poseen sobre lo que sería un noticiero ideal, de carácter ciudadano, referido al sector particular y/o a otros sectores. Al conjunto de este planteamiento le dimos forma con la siguiente modalidad gráfica:

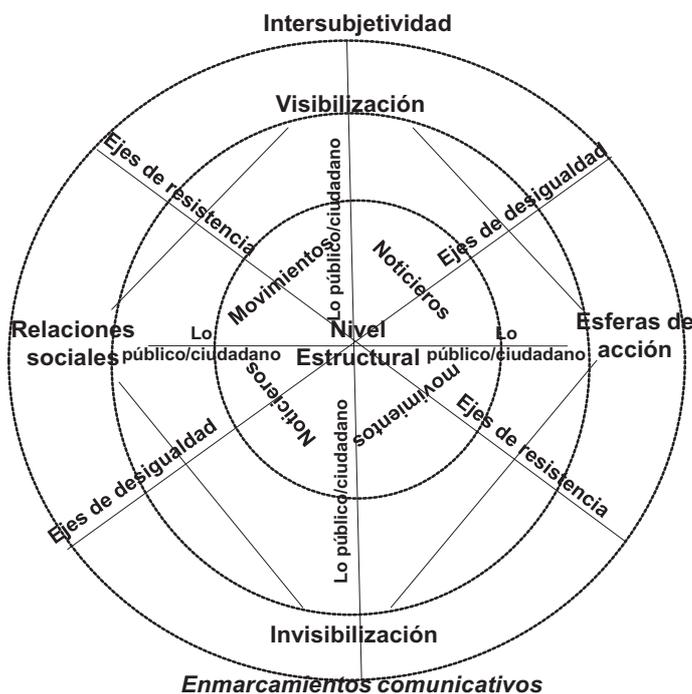


Figura 6. Niveles estructural e intersubjetivo en la aproximación al *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*).

En este gráfico podemos identificar que existe un eje constituido por los asuntos públicos ciudadanos. De la misma manera, lo público ciudadano aparece como nivel que permite las relaciones e interacciones que construyen conductores y dirigentes en función a las esferas de acción (económicas, políticas, doméstico familiar y relacionales) como manifestación de la configuración estructural desde donde se desarrollan los procesos de producción, circulación y consumo de los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*). Este nivel estructural es considerado como campo asimétrico y de lucha de resistencia de parte de los agentes (conductores y dirigentes) en disputa por el capital simbólico representado por la representación social de los asuntos *públicos/ciudadanos*. Es en ese terreno donde se ubican los noticieros televisivos como espacios productores de *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*), y desde donde se operan los procesos de visibilización y de invisibilización de los asuntos de interés colectivo.

Una vez realizadas las entrevistas, dimos paso a la transcripción completa y literal de su contenido, que dieron como resultado 109 cuartillas, en interlineado sencillo. Más

adelante realizamos una interpretación de los resultados, para después desarrollar un entrecruzamiento analítico de los aspectos separados que permitieran construir una visión compleja del sentido, como forma particular de *enmarcamiento* (*framing*), que asume el ser audiencias de noticieros locales desde la participación en movimientos sociales, en contexto de operación de diferentes mediaciones; se registró el conjunto de la información de manera audio/gráfica. Se sistematizó la información y se construyeron categorías, que permitieron su estructuración analítica, como primer nivel de análisis. Posteriormente se realizó la interpretación de los materiales procedentes de cada una de las entrevistas.

Una vez que hemos planteado esta dimensión metodológica del estudio, es necesario revisar los resultados que se obtuvieron a partir del desarrollo práctico al nivel de los noticieros, los conductores noticiosos/televisivos y los dirigentes de los movimientos sociales. Además de presentar las interpretaciones analíticas que se hicieron considerando los datos obtenidos en esta aproximación empírica a la realidad de estudio de esta investigación.

Capítulo5. Datos e interpretación de resultados.

El problema de si al pensamiento humano se le puede atribuir una verdad objetiva, no es un problema teórico, sino un problema práctico. Es en la práctica donde el hombre tiene que demostrar la verdad, es decir, la realidad y el poderío, la terrenalidad de su pensamiento. El litigio sobre la realidad o irrealidad de un pensamiento que se aísla de la práctica, es un problema puramente escolástico (Carlos Marx).

En este capítulo presentamos de forma sistemática los resultados del acercamiento empírico/praxeológico que se realizó a los dos noticieros televisivos motivo de estudio (*Enfoques* y *GDL Noticias*) y los resultados que se desprendieron de las entrevistas que efectuamos a conductores de noticieros locales y a dirigentes de movimientos sociales. En el primer caso, el trabajo no se redujo a la simple descripción de contenidos de los informativos, sino que se buscó construir una problematización a partir de los conceptos ordenadores de la investigación. En el segundo caso, el esfuerzo no se encaminó simplemente a registrar y explicitar lo dicho por los entrevistados, sino que intentamos construir explicaciones a partir de lo dicho, apoyados por referentes conceptuales, porque tal como lo plantea Lahire (2006): constreñirse a las representaciones de los entrevistados es someterse al sentido común. De donde resultó que no se trató de hacer comentarios eruditos a partir de afirmaciones no eruditas sino de evidenciar las disposiciones incorporadas y los dispositivos objetivados, que toman forma de *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*), tanto en conductores televisivos como dirigentes de movimientos sociales. En la práctica, el trabajo de entrevistas con los dirigentes y conductores y la interpretación a sus manifestaciones discursivas lo consideramos como un trabajo que se orientó bajo el criterio de doble hermenéutica, de interpretar lo ya interpretado sobre lo público ciudadano.

5.1 Resultados de la aproximación empírica a los noticieros televisivos.

Ubicación del noticiero *Enfoques* en el flujo general televisivo. El noticiero *Enfoques* se encontró contextualizado estructuralmente por un conjunto de 30 programas a la semana (100%). Se destacó que la gran mayoría de éstos eran de entretenimiento (83%). Mientras que los de contenido informativo correspondieron a un noticiero de difusión nacional (*Las noticias con Adela*), que representó el 16.6% del total de programas semanales en ese horario.



Gráfica 1. Noticiero *Enfoques* y el tipo de programas.

Por su género estos programas de entretenimiento estuvieron comandados primordialmente por telenovelas (33%).



Gráfica 2. Noticiero *Enfoques* y oferta programática por género.

Por el origen de su producción, los programas que acompañaron a *Enfoques* en horario de transmisión fueron sobre todo, de carácter nacional (53.3%), seguido de los programas internacionales (30%) y finalmente de los locales (16.6%).



Gráfica 3. Noticiero *Enfoques* y origen de la oferta programática.

En una visión de conjunto, llama la atención la manera en que el entretenimiento prevaleció sobre la información. El público que tuvo acceso a la señal abierta de televisión en este horario, sólo pudo encontrar como oferta el entretenimiento, predominantemente, a partir de series o películas extranjeras. Aún más, fue relevante que el noticiero local (*Enfoques*) tuvo como competencia televisiva a un noticiero nacional (*Las Noticias con Adela*). En estas circunstancias, lo más evidente fue el monto minoritario de programas que aportaron las televisoras locales (16.6%) para el conjunto del flujo televisivo.

Ubicación del noticiero *GDL Noticias* en el flujo general televisivo. En el caso de *GDL Noticias* se puede destacar la manera en que se colocó estructuralmente en un flujo televisivo donde no se encontraron alternativas de proyección simultánea de programas informativos. Al igual que en el caso anterior, la oferta de entretenimiento acaparó los espacios televisivos en este horario de 21:00 a 22:00 horas.



Gráfica 4. Noticiero *GDL Noticias* y el tipo de programas.

La telenovela siguió dominando (45.4%). Junto con la comedia (36.6%) aportó el 82% del entretenimiento en este horario. Se destaca entonces que las audiencias televisivas tuvieron en la representación dramática la principal oferta de consumo.



Gráfica 5. Noticiero *GDL Noticias* y oferta programática externa por género.

Se observa, asimismo, que los programas locales vieron reducidos sus espacios (9%) en un 7.6% respecto al conjunto de programas que se proyectan en este momento, lo

que hace también la diferencia respecto a lo que ocurre en el horario del noticiero *Enfoques*¹.



Gráfica 6. Noticiero *GDL Noticias* y el origen de su oferta programática..

Se puede concluir de manera inicial que en estos horarios la posibilidad de que las audiencias accedan a cierta información pasa por conseguirla a través de programas de entretenimiento, sobre todo de tipo nacional e internacional, fundamentalmente por medio de telenovelas. Lo que hace suponer que *lo público/ciudadano*, lo de interés colectivo, podría encontrarse en otros formatos, que no son necesariamente los noticiosos, como una estrategia de construcción informativa utilizada por las empresas televisivas para ganar audiencias y construir *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* que respondan a sus intereses. De esto se desprende el hecho de que *Enfoques* como *GDL Noticias* son noticieros que tienen la gran responsabilidad de construirse como proyectos informativos atractivos para la audiencia, si quieren aparecer como una alternativa a la programación simultánea con la que se enfrentan. De la misma manera, tendrían que preocuparse por formar un público con un *habitus* que incluya el consumo de información noticiosa, como una modalidad de construcción de *lo público*, para de esta manera revertir desde el terreno de las audiencias la desventaja abismal que mantienen respecto a la oferta

¹ *Carácter local de la información.* Es aquel contenido de información que se construye con referencia a hechos que se ubican en el nivel espacial más próximo (Jalisco y sus municipios) y cuya significación de interés se ubica en este mismo ámbito. *Carácter regional de la información.* Es aquel que se alimenta de hechos ocurridos en los Estados aledaños a Jalisco (Colima, Nayarit, Michoacán, Zacatecas, Durango, Aguascalientes) y resulta significativa para los habitantes de estas entidades. *Carácter nacional de la información.* Es aquel que hace referencia a hechos que ocurren en cualquier lugar de la república mexicana, pero que por sus características resulta significativa también para el conjunto de audiencias, sin importar el lugar de recepción donde se encuentren. *Carácter internacional de la información.* Es el que es producto del tratamiento de hechos que ocurrieron fuera de la nación mexicana y que tienen importancia significativa para las audiencias nacionales.

programática no informativa y comercial actual, y las tendencias de consumo que se transparentan en estas condiciones.

Cortinillas de entrada de los noticieros Enfoques y GDL Noticias. La cortinilla de entrada² de los noticieros representa el primer contacto de las audiencias con el *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) y el contenido general que se le ofrecerá en el programa noticioso al que se exponen. De los programas monitoreados, en el caso del noticiero *Enfoques*, se destaca que esta cortinilla se estructuró con 17 notas, y que los contenidos fundamentales dieron cuerpo a un *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) de carácter local (83.3%), mientras que en los contenidos se encontraron equiparadas las notas de adelanto de tipo nacional e internacional (5.5%) en cada caso. También se reconoció la forma en que las notas de entrada regionales se encuentran ausentes (0.0%).

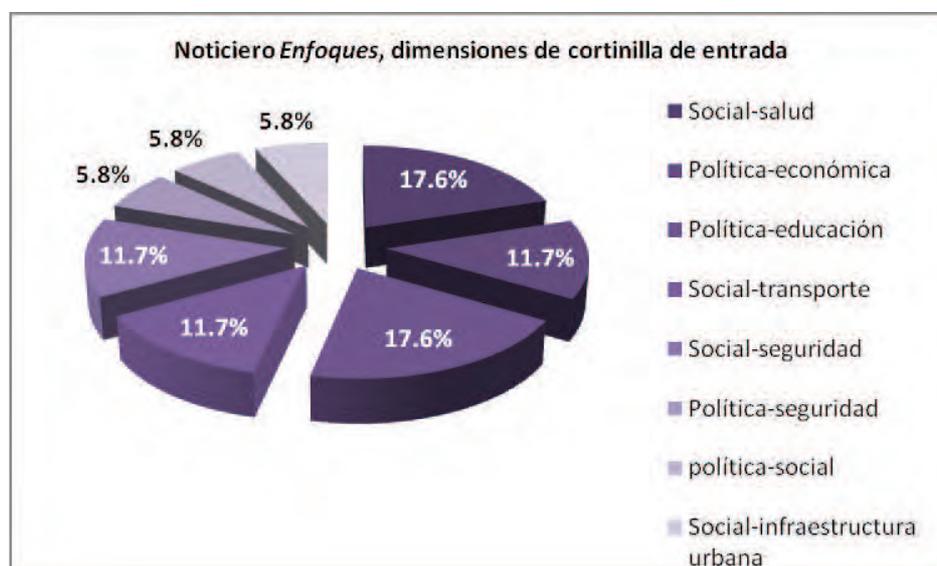


Gráfica 7. Noticiero *Enfoques*: cortinilla de entrada, alcance.

Noticiero *Enfoques*: dimensionalidad de la información en su cortinilla. Por su dimensionalidad, el contenido del adelanto informativo que se presentó en el noticiero *Enfoques* configuró un *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) donde se

² La cortinilla de entrada es el espacio audiovisual constituido por el resumen de notas que se presentarán en el cuerpo mismo del noticiero. Las notas se enuncian de manera breve a manera de titular como una forma de anticipación de los contenidos que se ofrecerán.

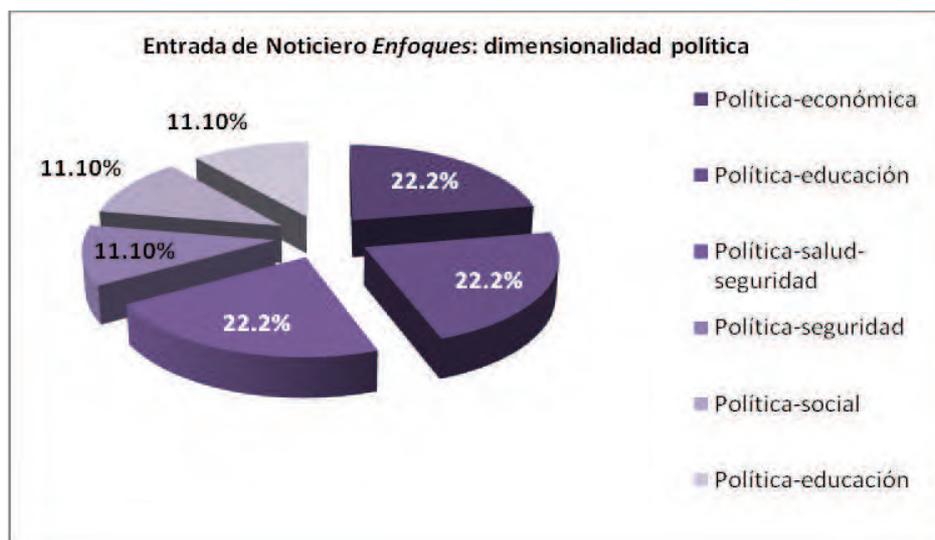
resaltó *lo social* asociado a la salud pública de la población (17.6%), a la política económica (11.7%), a la política educativa (11.7%), a la política-salud-seguridad (11.7%), a lo social-seguridad (11.7%), a la política de transporte público (11.7%), a la seguridad pública (5.8%), a la política-social (5.8%), a la política educación (5.8%) y a la infraestructura urbana (5.8%), que en conjunto adicionaron el 46.8%. En tanto que lo político se expresó en contenidos vinculados a la política económica (11.7%), la política educativa (11.7%), a la política de salud-seguridad sanitaria (11.7%), a la política de seguridad pública (5.8%), a la política social (5.8%) y a la educación (5.8%). En conjunto, lo político representó el 52.5% del total de contenidos dimensionales de la cortinilla de entrada. Esto indica que la oferta inicial de noticias de *Enfoques* enmarcó, sobre todo, dos dimensiones lo político y lo social. Si partimos del supuesto de que las noticias representan información sobre hechos de interés público, estaríamos ante una situación clara, de que este noticiero ofreció durante estos cinco días analizados un *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) donde *lo público/ciudadano* se expresaba como público-político y como público-social.



Gráfica 8. Noticiero *Enfoques*, dimensiones de cortinilla de entrada.

Considerando en particular la dimensionalidad política de la cortinilla de entrada encontramos que lo político se tradujo sobre todo en un *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) de *lo político* relacionado con economía (política económica),

con la educación (política educativa) y con la seguridad en la salud (política de seguridad en salud). En estos tres casos el porcentaje es similar (22.2%). *Lo público/ciudadano* apareció vislumbrado en la cortinilla de entrada de este noticiero de televisión estatal como *lo público-político* en economía, salud y educación.



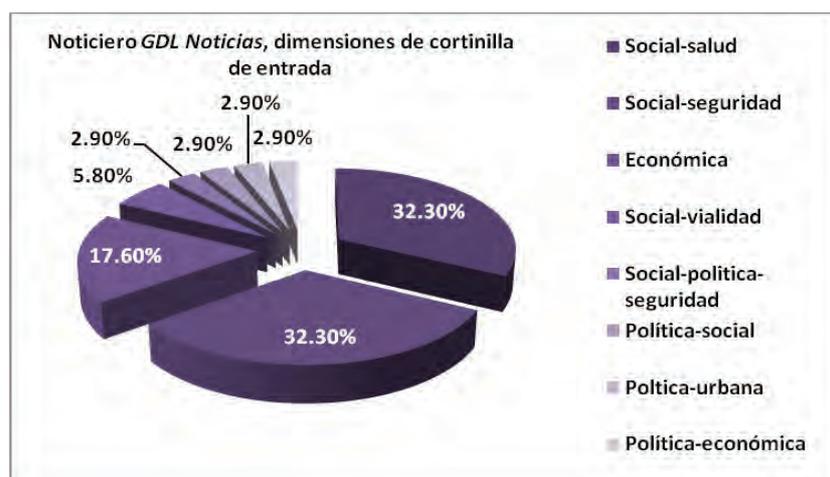
Gráfica 9. Noticiero *Enfoques*: dimensionalidad política.

Noticiero *GDL Noticias*: dimensionalidad de la información en su cortinilla. En el caso de la cortinilla de entrada de *GDL Noticias*, durante estos cinco días analizados, en tanto *enmarcamiento comunicativo (communicative framing)*, ésta se integró por 34 segmentos noticiosos, el doble que los presentados en *Enfoques*. Por su carácter en estos segmentos prevalecieron lo local (73.5%), seguido de lo internacional (11.7%), posteriormente lo nacional (8.85%), para finalmente aparecer lo regional (5.8%). Reconocimos en estas cifras el gran peso que tiene lo local, aunque inferior en 9.8% al peso que esto mantiene en el noticiero *Enfoques*. Otro aspecto que se destaca es que *GDL Noticias* presenta en su cortinilla de entrada segmentos de carácter internacional (11.7%), que dan cuenta de la crisis financiera detonada en EUA, mientras que en el noticiero de la televisora estatal no se dedicó ningún espacio al aspecto internacional. Por otro lado, *GDL* dedicó dos segmentos a cuestiones regionales (5.8%) en tanto que *Enfoques* no dio espacio a este rubro.



Gráfica 10. Noticiero GDL Noticias: cortinilla de entrada, alcance.

En los contenidos dimensionales de su cortinilla de entrada de GDL Noticias privilegió un *enmarcamiento comunicativo (communicative framing)* de lo social asociado a la seguridad (32.3%) y a la salud (32.3%), a la vialidad (5.8%) y a la política-seguridad (2.9%), que en conjunto suman el 73.3% del contenido total de la cortinilla. En tanto que lo económico da cuenta del 17.6% y lo político el 8.7%. Esto significa que el ofrecimiento que se hace a las audiencias es el de un noticiero de contenido social. Además, permite advertir que *lo social* es el eje desde el que se configura el sentido de *lo público* en este programa.



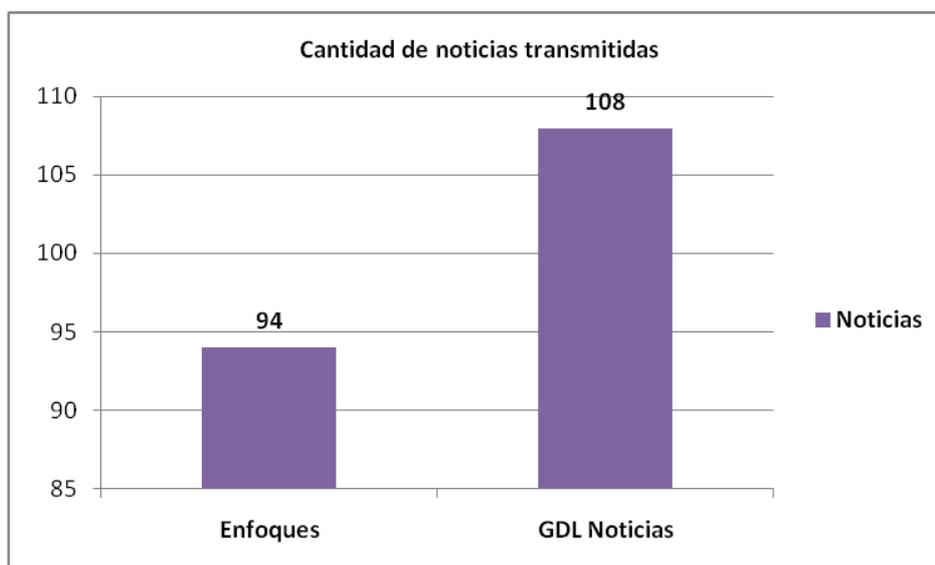
Gráfica 11. Noticiero GDL Noticias, dimensiones de cortinilla de entrada.

Se puede concluir de manera provisional que por sus cortinillas de entrada los dos noticieros se caracterizan por lo siguiente. *Enfoques* es un noticiero donde el *enmarcamiento comunicativo (communicative framing)* privilegia las notas locales de contenido social y político. Lo que implicaría que configurarían el sentido de *lo público/ciudadano* desde estos parámetros: *lo público* asociado a lo social-coyuntural (dengue-Hospital Civil) y a lo político, sin atención oportuna a las coyunturas internacionales, y con poco interés a los asuntos regionales. Mientras que el noticiero de Televisa, *GDL Noticias*, proyecta una propuesta de noticiero local por el carácter privilegiado de sus notas; con atención a las coyunturas puntuales e interesado en darle un contenido social a su información. La configuración de sentido de *lo público/ciudadano* se asociaría con *lo público-social*, sobre todo.



Gráfica 12. Dimensionalidad en la información: comparación.

Noticias *Enfoques* y *GDL Noticias*: cantidad de notas y dimensionalidad. Por la cantidad de noticias que presentaron en cada uno de los noticieros, se destaca que la diferencia es de 14 noticias. Lo significativo es que mientras *Enfoques* es un noticiero de 30 minutos, en él se proyecta una cantidad de noticias cercana a las que se presentan en *GDL Noticias*, que es un informativo de 60 minutos.



Gráfica 13. Cantidad de noticias transmitidas.

Una de las explicaciones radicaría en reconocer que el tiempo de duración de las notas en *Enfoques* es menor a las que se presentan en *GDL Noticias*. Además de la extensión de cada uno de los espacios informativos, la cantidad diferenciada de notas, también tendría que relacionarse con el género periodístico utilizado: la noticia generalmente es más breve en extensión que el reportaje. Aunque el número de noticias que se emiten y el género no determinan su contenido, sí median en su construcción. Lo destacable es que mientras que la configuración de sentido de *lo público/ciudadano*, a través de los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*), se tiene que hacer en *Enfoques* en 150 minutos semanales, a través de 94 notas informativas, con una extensión promedio de la nota de 1 minuto con 2 segundos. Esto mismo lo tiene que hacer *GDL Noticias* en 300 minutos, con 108 notas, que exige que cada una de ellas tenga una duración promedio de 3 minutos 6 segundos. Bajo estas condiciones, *GDL Noticias* está en mejores condiciones de construir notas más completas, incluida la incorporación de varias voces y la publicitación real de diferentes agentes a través del uso de formatos como el reportaje.

Por la dimensionalidad expresada en el contenido de sus notas informativas, encontramos que en *Enfoques* se da prioridad a las notas de contenido político (41.5%), seguida de las notas con dimensión social (33.7%), para concluir con la dimensión económica (16.8%) y la cultural (7.8%). El contenido de lo político se disminuye en un

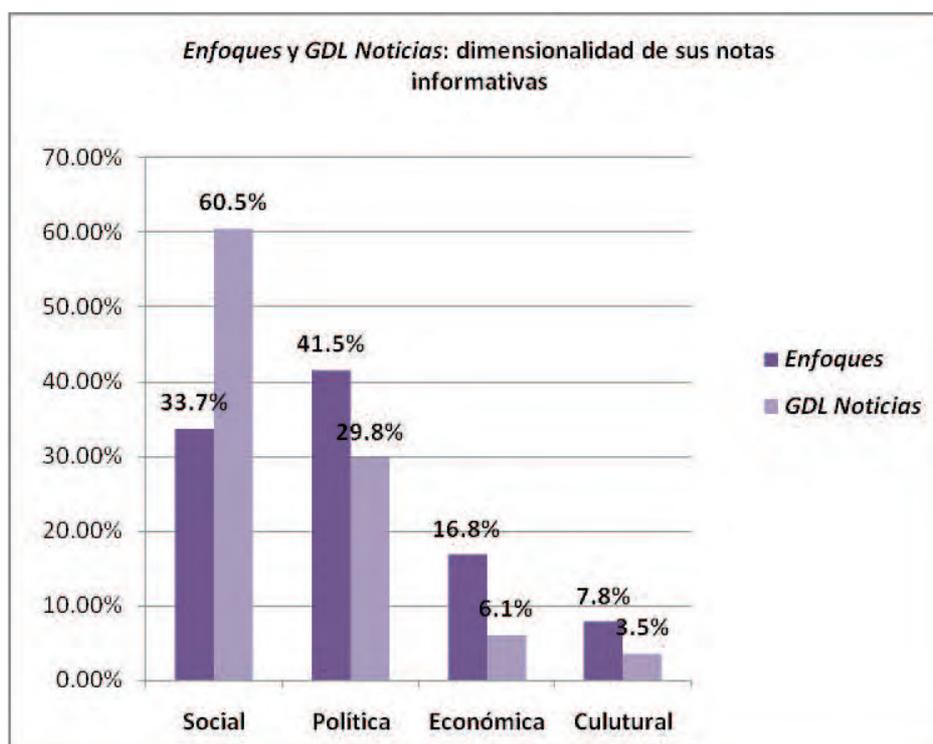
15.5% en relación con lo político expresado en la cortinilla de entrada. Lo mismo ocurre con la dimensión social, que rebaja su peso en un 13.1%. Se entiende que esta disminución de notas dedicadas a estas dimensiones se trasladan a las dimensiones económica y cultural, antes no contempladas.

Categorizando las distintas dimensiones, encontramos que la dimensión política se trabaja en la información sobre todo asociada a la seguridad (15.7%), seguida de la política económica (6.7%), la política de salud (4.4%) y la política social (4.4%). Llama la atención que el tratamiento de lo social también se relaciona privilegiadamente con la seguridad (10.1%), luego con la vialidad (6.7%) y los desastres (5.6%). En la dimensión económica se destaca la atención de lo financiero (6.7%), la comercialización (3.3%) y lo laboral (3.3%). Si se pone atención en las tres dimensiones encontraremos que el noticiero *Enfoques* destaca el problema de la seguridad política/ social en un 25.8% del total de contenidos noticiosos. Si a lo social relacionado con la seguridad le adicionamos lo social relacionado con los desastres (15.7%), encontramos que se construye una representación de lo social como conflictivo. Aún más, si a lo conflictivo social (15.7%) le sumamos lo conflictivo político de seguridad (15.7%) y lo político económico (6.7%), más lo conflictivo económico relacionado con lo financiero, la comercialización y los desastres (14.4%), esto nos da por resultado que la configuración de sentido de *lo público/ciudadano* (55.9%), se incrementa en su modalidad de representar conflictos en diferentes modalidades. Entonces, desde el noticiero *Enfoques* construir el *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) de *lo público/ciudadano* significaría referirlo a la seguridad, los desastres naturales, la crisis financiera y las consecuencias que estos fenómenos generan para la población. Pero esta información es insuficiente si no se considera el tratamiento que se le otorga, y la manera que visibiliza/invisibiliza a actores e instituciones.

Por el contenido de la dimensionalidad de las notas informativas de *GDL Noticias* encontramos que lo social (60.5%) asociado a la seguridad es lo que se destaca (26.3%), seguida de lo social asociado a la salud (10.5%) y lo social vinculado con los desastres (1.7%). Lo político (29.8%), aunque dista mucho en su tratamiento cuantitativo (30.7% menos que lo social), también destaca su relación con la seguridad (8.7%). Comparativamente con las dimensionalidades sus cortinillas de entrada, encontramos que los contenidos sociales disminuyen en el cuerpo de los noticieros en un 28.2%; lo político

aumenta en un 21.1%; lo económico aumenta en 11.5%; y lo cultural, que estaba ausente en las cortinillas de entrada, se coloca en un 3.5% en el cuerpo del noticiero.

De esta manera se destaca que *GDL Noticias*, por la dimensionalidad de sus contenidos aparece sobre todo como un informativo que publicita los problemas de seguridad social y política. El proceso de *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) de *lo público/ciudadano* significaría *lo público-social-político* en seguridad.



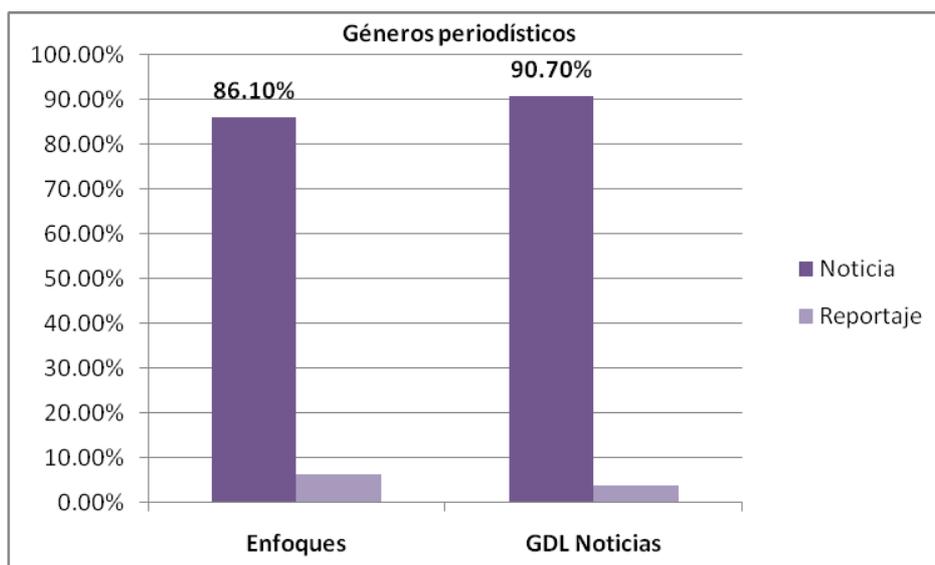
Gráfica 14. *Enfoques y GDL Noticias: dimensionalidad de sus notas informativas*

Noticias *Enfoques* y *GDL Noticias*: géneros periodísticos. Por los géneros informativos utilizados en ambos noticieros encontramos que existe similitud en los dos programas. En ambos casos se privilegia la noticia como forma prioritaria para informar, en *GDL Noticias* más que en *Enfoques* (90.7% y 86.1% respectivamente). El sentido de la presencia mayoritaria de la noticia se relacionaría con contenidos de alta referencialidad en la información que se presenta, esto es, más próximos a los hechos que mencionan.

Hipotéticamente la configuración de *lo público/ciudadano* en el sentido de garantizar el derecho a la información más “objetiva”, estaría asegurada de antemano por el

tipo de género periodístico privilegiado. En segundo lugar se destaca que los dos noticieros utilizan el reportaje como segundo género en importancia. Éste implica una labor más acabada de investigación y presentación de diversas opiniones sobre una misma problemática. Pero también presupone una mayor intervención de la voz del periodista en el *enmarcamiento comunicativo (communicative framing)* para la construcción del sentido final que adquiere la información que se presenta. En este sentido la baja cantidad de reportajes que se presentan, 6.3% en *Enfoques* y 3.7% en el caso de *GDL Noticias*, permiten hacer dos inferencias inmediatas: que en los dos noticieros se dedica poco espacio a este género, lo que no permite profundizar el sentido de la información, presentando más elementos para su reflexión y comprensión (por políticas propias institucionales, políticas en la producción o por limitación de recursos); y por el otro lado, que posibilitan una difusión de información sin tanto peso de la voz del reportero o del jefe de noticias. La relación que esto mantiene en la construcción de un *enmarcamiento comunicativo (communicative framing)* de sentido sobre *lo público/ciudadano*, sería que éste se vería beneficiado en “objetividad” por el uso privilegiado de la noticia; y favorecería una construcción plural de la información que se proyecta.

Se destaca también cómo, aparte de la noticia y el reportaje, cada uno de los noticieros utiliza otros géneros muy variados para informar: *Enfoques*, la invitación (3.1%), la opinión (2.1%) y el reporte (2.1%); en tanto que *GDL Noticias* hace uso del promocional (3.7%), la cápsula (1.8) y el notidrama (1.8). Con esto se da cuenta de que en *Enfoques*, con la invitación se conmina y persuade, y con el reporte se mantiene informada a las audiencias; en tanto que en *GDL Noticias* se trabaja con promocional gubernamental, persuasivo, cápsula informativa y notidrama (*sketch*) para el tratamiento político de hechos con fines persuasivos y de entretenimiento.



Gráfica 15. Géneros periodísticos.

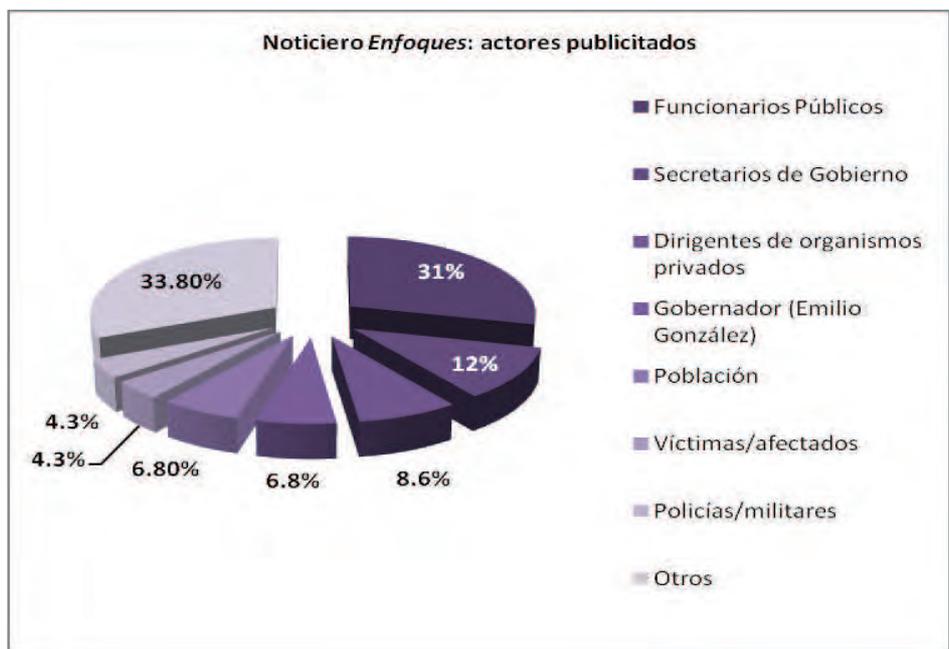
Actores publicitados en los noticieros Enfoques y GDL Noticias. Es fundamental identificar a los actores de las notas informativas como aquellos individuos a los que se hace referencia de manera verbalizada o en imágenes. Los sujetos se pueden presentar como actores sociales (sin proyecto) o como agentes (con capacidad agencial transformadora). En tanto actores pueden fungir como destinadores o destinatarios de acciones; y se les puede proyectar como opositores o apoyadores de la problemática de que se trate; además se les nomina y se les publicita una cantidad de veces determinada a lo largo de un noticiero o en el conjunto de estos³.

En las tablas correspondientes a cada uno de los noticieros enlistamos categorías que agruparon a los sujetos mencionados en éstos. Por ejemplo, en la categoría de funcionarios colocamos a todos aquellos agentes asociados al rol de ejercicio de una función pública; en Secretarios de gobierno incluimos a los responsables de Secretarías, en tanto funcionarios públicos con una posición de poder muy precisa en el campo político gubernamental; en dirigentes privados ubicamos a los líderes de organismos empresariales o de instituciones privadas; en la población incluimos a aquellas personas involucrados en

³ Cuando a un individuo o grupo dominante se le da el nombre que él se otorga es reconocerlo, aceptarlo como dominante, aceptar el punto de vista de él como el propio. También se le puede nominar con el nombre que le otorgan los otros, sus enemigos, o bien, nominarsele con el nombre oficial, el conferido por una institución oficial considerada como legítima. Bajo estas condiciones, lo que les queda a los dominados es una autoridad práctica que proviene de su posibilidad de nombramiento de la realidad, en una forma creativa (Bourdieu, 2000: 128; 2008: 42).

algún hecho de significación social, pero que no asumen forma organizada en su participación; en víctimas/afectados colocamos a aquellos sujetos que se presentan como dañados por alguna situación social, ambiental, política o económica; en profesionistas incluimos a aquellos sujetos que representan un nivel educativo de estudios y se desempeñan en algún campo profesional (médicos, abogados, etc.); y los cadáveres, como aquellos sujetos fallecidos, víctimas de alguna situación de inseguridad social.

Se destaca que en el noticiero *Enfoques* en el *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) los sujetos más mostrados fueron los funcionarios (31%), los secretarios de gobierno (12%), los dirigentes de organismos privados (8.6%) y sectores de la población (6.8%). En conjunto, sujetos publicitados, asociados a la esfera de gobierno sumaron 57.4%. Lo cual significa que *Enfoques* asocia la visibilización de sujetos con el ámbito político-gubernamental. A los sectores sociales se les mostró en su faceta de población (6.8%) o en situación de vulnerabilidad extrema o de muerte (7.7%). Esto significa presentarlos en una situación de subordinación y valoración negativa, o bien como beneficiarios de una política pública. Bajo estas condiciones el *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) de *lo público/ciudadano* se configura en este noticiero *Enfoques* de televisión estatal como *lo público* asociado eminentemente a lo político/gubernamental.



Gráfica 16. Noticiero Enfoques: actores publicitados

En el noticiero de *GDL Noticias* en la publicitación de los sujetos se privilegia aquella relacionada también con los funcionarios públicos (24.7%), aunque en menor proporción (6.3%) que lo que se hace en *Enfoques*. A estos sigue el mostrar a las víctimas/afectados (15.3%), la población (8.2%), los delincuentes (7.6%), los cadáveres (7.1%), los policías/militares (6.5%) y los profesionistas (6.5%). A diferencia de *Enfoques*, los secretarios de gobierno ocupan un lugar menos significativo (8.2% menos), lo mismo ocurre con el gobernador del Estado (4.1% menos). Los dirigentes privados tienen menos publicitación en este noticiero que en el del canal estatal (6.5% menos). También llama la atención que en *Enfoques* se trató a la Virgen de Zapopan como si fuera un sujeto (2.5%), aún cuando se trata de un canal público-estatal, además de que se muestran también a los feligreses católicos (0.8%).

Del conjunto de estas cifras se desprende que la configuración en el *enmarcamiento comunicativo (communicative framing)* de *lo público/ciudadano* en este informativo pasa mayormente por los funcionarios, lo que implica que *lo público* sea *lo público/gubernamental*, aunque en una proporción menor (40%) que la de el noticiero estatal *Enfoques* (43%).

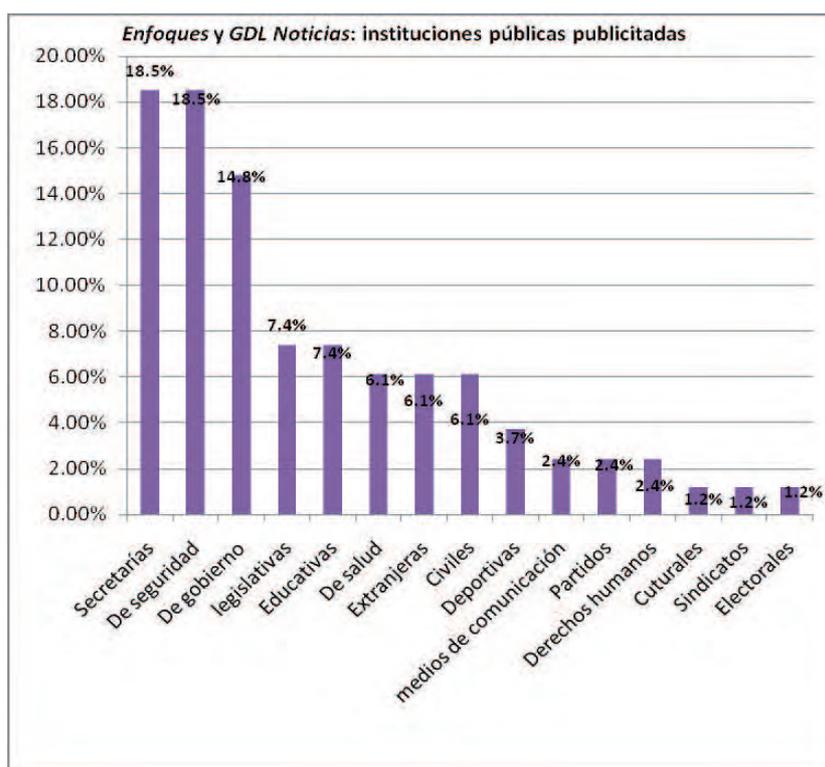


Gráfica 17. Noticiero *GDL Noticias*: actores publicitados

Instituciones publicitadas en *Enfoques* y *GDL Noticias*. Las instituciones en las que son colocados los sujetos como escenario de su publicitación son mencionadas en 194

ocasiones en los dos noticieros. Del total de éstas, 107 son las que podrían tipificarse, las restantes son repetidas a lo largo de los informativos. Considerando 107 como el total de instituciones (100%), las de tipo privado (vinculadas a actividades económicas) ocuparon el 24.2% de este total, en tanto que las instituciones públicas (vinculadas a los asuntos de gobierno) acumularon el 75.7%.

Se destaca que las instituciones públicas que se publicitaron fueron: diferentes secretarías del gobierno (18.5%), la de seguridad pública (18.5%), seguida por la Secretaría de Gobierno (14.8%). En conjunto, estos tres tipos de instituciones sumaron poco más de la mitad de todas las instituciones mencionadas (51.8%). De esto se puede inferir que la configuración del *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) de *lo público/ciudadano* en ambos canales se hace de nueva cuenta desde las instituciones de gobierno. Así, *lo público* es enmarcado como lo *institucional-político-gubernamental*.

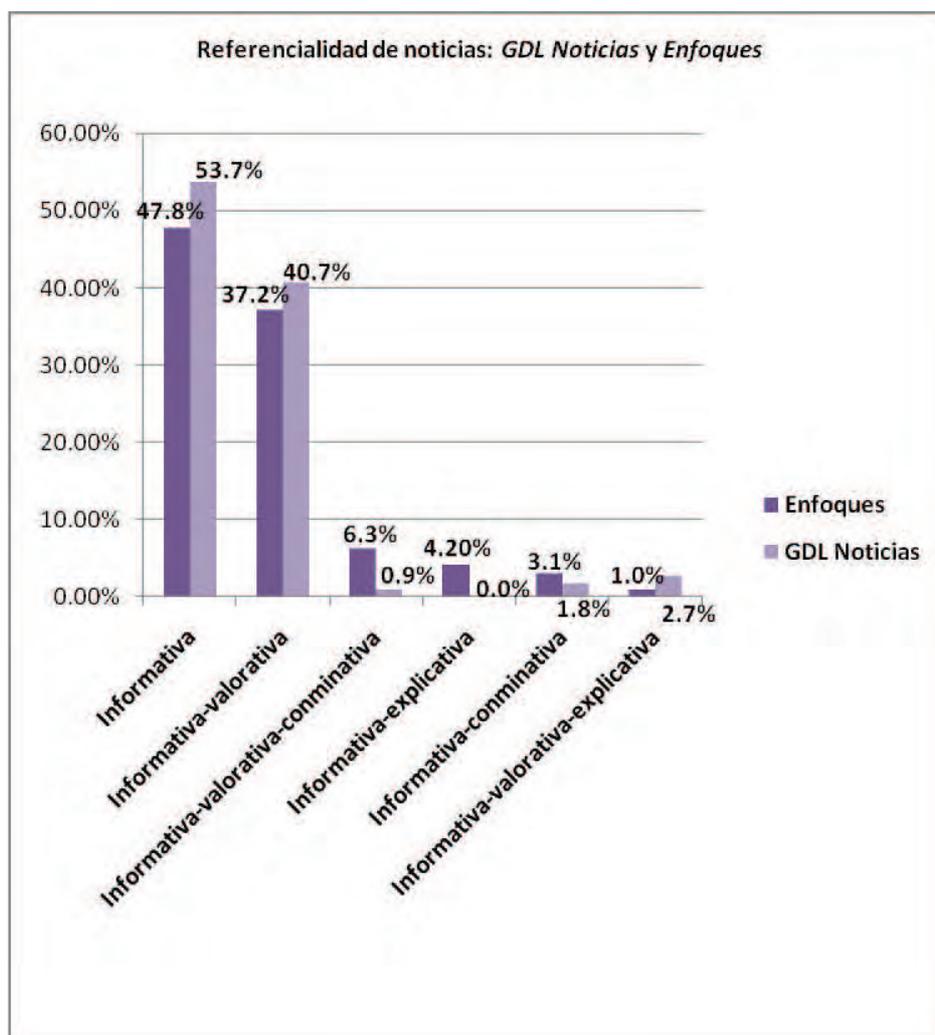


Gráfica 18. *Enfoques y GDL Noticias*: instituciones públicas publicitadas

Referencialidad de la información en *Enfoques y GDL Noticias*. En los dos noticieros se privilegia la referencialidad informativa, en *Enfoques* en 47.8% de los casos, en tanto que

en GDL Noticias, se hace en 53.7%. Lo cual indicaría que el noticiero de Televisa Guadalajara tiende más hacia la “objetividad” en la información que proporciona. En un segundo nivel, ambos noticieros utilizan la información acompañada de valoración: *Enfoques* en un 37.2% de los casos y GDL Noticias en un 40.7% de situaciones. En el caso de *Enfoques* se intenta explicar la información que se presenta en un 4.2% de los casos, mientras que en *GDL Noticias* esto no ocurre en ningún momento.

El resto de referencialidades que utilizan ambos noticieros (conminativas, valorativa) representan formas de subjetivación desde los redactores o presentadores de la información. En general, se nota una tensión en el manejo de la información: la mitad de los contenidos de ambos noticieros cumplen la función de informar, mientras que la otra mitad se dedica a valorar, enjuiciar, dar puntos de vista sobre lo que se da a conocer. Bajo estas condiciones, el *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) de *lo público/ciudadano* se complejiza, porque casi en la mitad de la información que se presenta hay valoración por parte de los responsables de proporcionarla. Lo que no implica que no se pueda analizar.



Gráfica 19. Referencialidad de noticias: *GDL Noticias* y *Enfoques*.

5.2 Noticieros *Enfoques* y *GDL Noticias*: interpretación analítica de los resultados.

Una vez realizada esta aproximación empírica a los noticieros televisivos motivo de estudio, es que se pueden expresar algunas consideraciones como las siguientes.

Los noticieros *Enfoques* y *GDL Noticias* son espacios cotidianos de información que contribuyen a la configuración de *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) de *lo público/ciudadano* a partir de las noticias que presentan; el carácter que les asignan a cada una de éstas; el orden secuencial en que lo hacen; la importancia de que les dotan por su número y presencia; los sujetos y las instituciones que publicitan; los

contenidos dimensionales con que se les construyen; y el tratamiento referencial que les otorgan.

Estos noticieros se colocan en un contexto de oferta programática televisiva donde predominan los formatos dirigidos al entretenimiento, y donde el peso de la propuesta de programas locales es limitado. Los dos noticieros comparten su práctica de privilegiar la difusión de noticias locales, por encima de la difusión de hechos ocurridos en la región, el país o el mundo, buscando con esto generar interés en las audiencias televisivas a partir de información que les es próxima.

Los referentes de construcción de estas noticias son acontecimientos coyunturales significativamente noticiables, ocurridos regularmente en los ámbitos sociales, políticos, y en menor medida en lo económico y en lo cultural. El tratamiento que se le otorga a las noticias combina la información con la valoración. La subjetividad incorporada resulta de la toma de postura abierta del presentador de la nota o del propio manejo noticioso que se hace de los textos, las imágenes y las secuencias. La construcción que se hace de las notas informativas destaca el peso que se le otorga a los problemas de seguridad en sus diferentes manifestaciones, pero sobre todo la referida a la seguridad de la población en lo social.

En ambos noticieros los *enmarcamiento comunicativo (communicative framing)* sobre *lo público* aparece como *lo público-político* y *lo político* como *gubernamental*, aunque en un caso se ponga acento en el gobierno y en otro en el poder ejecutivo estatal (gobernador). Bajo esta lógica, se presenta una correspondencia en la publicitación que se hace de los sujetos en los dos noticieros. En ambas circunstancias, los sujetos portadores de los asuntos públicos son los funcionarios de gobierno. En tanto que las instituciones por donde pasan los asuntos públicos son fundamentalmente aquellas de carácter *público-político-gubernamental*. En contraparte, los sujetos sociales de la población se proyectan presentándolos con pasivización, victimización, demonización o vulnerabilidad social, y como sujetos de beneficencia⁴. En ningún momento se visibilizan a los sujetos sociales como ciudadanos, en tanto sujetos con derechos y obligaciones e interesados en los asuntos colectivos de su entorno sociocultural y los aspectos políticos de gobierno.

⁴ A este respecto señala Bourdieu (1997: 71) que: “Los diferentes protagonistas de un campo elaboran con frecuencia polémicas representaciones ideales de los demás agentes con los que compiten”. Estas representaciones implican tomas de posición y estrategias para transformar la posición propia y la de los otros agentes.

5.3 Aproximación empírica a los *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* de los conductores de noticias.

De la información proporcionada por los conductores a través de las entrevistas que realizamos, construimos categorizaciones a diferentes niveles. En la primera, clasificamos los **problemas** presentes en la sociedad tapatía, reconocidos por los conductores televisivos de noticieros; el **actor** o actores que a decir de los entrevistados cumplen el papel de antagonistas en dicho problema; los **símbolos** con los que se asocia la alternativa a los problemas señalados; los **contra/símbolos** como manifestaciones de oposición a los símbolos; y las **dicotomías** en que fueron colocada de manera explícita las problemáticas identificadas. En la segunda categorización se identificamos las **auto/atribuciones** que de sí mismos y de los medios de comunicación -o en particular de los noticieros- construyeron los conductores entrevistados; las **pautas de acción** de los noticieros, y las alternativas que como espacio informativo ofrecen a la sociedad tapatía. En la tercera categorización se presentan los *marcos (frames)* que los conductores televisivos hicieron de **lo público y lo privado**. Mientras que en la última categorización presentamos los *marcos (frames)* en los que los conductores colocaron al **ciudadano**, sobre la base de la cual identificamos el tipo de dimensión en la que colocan su caracterización, el eje en el que se sostiene y el enfoque desde el que se coloca dicha definición, sin que esto implique una actitud deliberada de los conductores entrevistados.

5.3.1 Conductores noticiosos: *enmarcamiento (framing)* de *problemas, actores, símbolos, contra/símbolos y dicotomías*.

Uno de los primeros aspectos de *enmarcamiento (framing)* fue el relacionado con los problemas que enfrenta la sociedad tapatía. Los conductores destacaron problemas estructurales asociados al crecimiento desordenado de la Zona Metropolitana de Guadalajara, la carencia de infraestructura urbana, las dificultades de vialidad y la manifestación de la desigualdad económica, social y de acceso a la salud, lo que a decir de ellos, se traduce en polarización social y económica. Reconocieron también como problema los contextos de violencia e inseguridad en que se desarrolla la vida de la población. De la

misma forma destacaron los aspectos educativos y de valores identificados como problemáticos; las dificultades políticas vinculados a la corrupción y la falta de credibilidad de los funcionarios y su distanciamiento respecto a la población y sus necesidades; coronados por lo que se denominó costumbrismo, apatía y desinterés de la mayoría de la población. Por otro lado, un poco más de la mitad de los conductores reconoció al antagonista relacionándolo con los problemas identificados. Destaca el *enmarcamiento (framing)* que se hace del gobierno y sus funcionarios como antagonistas y la diversidad de propuestas en el terreno de los símbolos, contra/símbolos y dicotomías. De donde llama la atención que el mayor acuerdo entre los conductores se da a nivel de comprensión de los hechos sociales como problema y en la identificación del antagonista.

Conductor	Problema	Antagonista	Símbolos	Contra/símbolos	Dicotomías
TV Azteca. David M.	La falta de educación.			Violencia.	Autocensura/libertad de expresión.
TV Azteca. Carlos G.	Apatía.	Gobierno.	Libro.	Tecnología.	Tecnología/libro.
Televisa. Miguel Ángel C.	Existencia de políticos mentirosos y ladrones.	Políticos. ladrones Personas pasivas.	Personas interesadas en luchas comunitarias. Políticos honestos. Identidad.		Políticos ladrones/políticos honestos. Periodistas/gobernantes.
Televisa. Rebeca R.	La falta de interés de la sociedad, indiferencia y deshumanización.		Una mejor ciudad.		Autocensura/libertad de expresión.
Televisa. Rocío L.	Falta de credibilidad en las autoridades.	Funcionarios, autoridades.	Sociedad activa. Valores.		Sociedad/funcionarios.
Televisa. Juan Fabián R.	Violencia, inseguridad pública, urbanización descontrolada, la falta de educación, la polaridad de situaciones.				Pobreza/riqueza.
Televisa. Paola V.	Un mundo con amarillismo.				
Televisa. Ernesto V.	Falta de unidad de familia, valores, la educación, malos maestros.	Malos maestros.		Mala educación Funcionarios.	Educación/ignorancia Periodista/funcionario.
TV Azteca. Ricardo G.	Inseguridad, distanciamiento	Gobernantes.			

	entre gobernantes y ciudadanos.				
Televisa. Marilyn S.	Salud, infraestructura, vialidad, económicos, sociales.			Señora que probablemente asesinó a sus dos hijos.	
C7. Javier V.	Desigualdad social, falta de dialogo, falta de acuerdos, polarización, costumbrismo.	Movimientos beligerantes.		Conservadurismo.	Beligerancia/tolerancia.

Tabla 6. Conductores televisivos: enmarcamiento (*framing*) de problema, antagonista, símbolos, contra/símbolos y dicotomías.

5.3.2 Enmarcamiento comunicativo (*communicative framing*) de auto/atribuciones, pautas de acción y alternativas por parte de los conductores de noticieros televisivos.

En lo dicho por los conductores, destacó que la primera auto/atribución que como *enmarcamiento (communicative framing)* hicieron hacia sus noticieros televisivos fue que son espacios informativos dirigidos a la sociedad. Otra auto/atribución fue reconocerse como espacios de poder con relevancia e influencia social. Después vinieron adjetivaciones positivas hacia los noticieros en que participan. Para ellos, éstos son “creíbles”, “autónomos”, “honestos”, “respetuosos”, “equitativos”, “profesionales”, “sensibles” e “imparciales”. Y a sus acciones las calificaron como de “entrega”, “compromiso social”, “apertura” y de lucha por la “libertad de expresión”. Indicaron, además, que su pauta de acción es sobre todo informar y de servir de intermediario entre las autoridades y los ciudadanos. Respecto a las alternativas a seguir ante la problemática enmarcada, acotada en su concepción, la mayoría no presenta ninguna propuesta, y en las que se mencionan no se nota acuerdo de algún tipo.

Conductor	Auto/atribución	Pautas de acción de los noticieros	Alternativas
TV Azteca. David M.	Medio para informar. Defender la verdad con hechos y argumentos. Credibilidad	Informar de los sucesos	
TV Azteca. Carlos G.	Competencia, mal pagado, mucha grilla, celos, envidias, dificultades. Se cuenta con argumentos. Honestidad, respeto, entrega, profesionalismo.		Tener interés por ganar
Televisa.	Autonomía para informar.	Informar	

Miguel Ángel C.	Ser observadores.		
Televisa. Rebeca R.	Contribuir en la formación de una sociedad más informada. Compromiso social, sensibilidad.	Llegar a todos los segmentos de la sociedad. Informar y hacer que la sociedad se forme su propio criterio y participe. Señalar los errores de los funcionarios.	
Televisa. Rocío L.	Tener poder de destruir o alabar. Apertura		
Televisa. Juan Fabián R.	Saber qué, cuándo y cuánto decir. Dar en la información su lugar a todos. Divertir, educar e informar.	Mantener informada a la población. Formar públicos más cultos, educados y con más criterios.	Evitar que la violencia y la inseguridad se normalicen.
Televisa. Paola V.	Postura como empresa		
Televisa. Ernesto V.	Relevancia, influencia. Transmisión de imágenes. Luchar por acabar con la censura. Imparcialidad	Dotar de información. Ofreciendo opciones para vivir mejor.	
TV Azteca. Ricardo G.	Presentar las imágenes	Ser intermediarios entre autoridades y ciudadanos. Educando	
Televisa. Marilyn S.	Libertad de expresión	Exposición Prevenir, informar Formar opinión	Toma de conciencia e intervención de las autoridades
C7. Javier V.	No manejo de sensacionalismo	Presentación de productos equilibrados. Ser punto de contacto entre autoridades y ciudadanos. Dar notas aunque no sean espectaculares.	Dotar de herramientas para la toma de decisiones

Tabla 7. Conductores televisivos: *enmarcamientos* (*framing*) de la auto/atribución, pautas de acción y alternativas.

5.3.3 *Enmarcamientos comunicativos (communicative framing) de lo público y lo privado por parte de los conductores televisivos.*

Los conductores de los noticieros televisivos expresaron su punto de vista sobre *lo público*, señalándolo como aquellos asuntos que interesan y afectan a la sociedad (“es lo que va a definir la misma sociedad” Juan F., Televisa); que son trascendentes e interesantes; lo que se define a través de las necesidades sociales y comunitarias (“enfocado a la sociedad y a la comunidad involucrada en todos los aspectos”, Rocío L., Televisa); lo que tiene que ver con información que orienta (“en un noticiero sólo debe salir lo que es informativo”, Marilyn S., Televisa); lo relacionado con eventos masivos (“un concierto masivo, por ejemplo, ante más de 18,000 espectadores se presentó Alejandro Fernández,

ese es un tema totalmente público”, Paola V., Televisa); lo que se vincula con obras públicas y propuestas del gobierno (“la construcción de obras públicas, las propuestas que hagan los gobiernos”, Carlos G., TV Azteca).

Los conductores televisivos señalaron que *lo privado* son los asuntos de la vida privada, familiar (“afectan solamente a la familia y que deben quedarse ahí, en el seno familiar”, Ernesto V., Televisa), personal (“la vida personal de tal o cual funcionario público no debe ser de interés noticioso, salvo que su comportamiento personal afecte directamente su función como servidor público”, Carlos G. TV Azteca), mientras el propio sujeto no lo haga público o favorezca condiciones para que se publicite. Para ellos, también *lo privado* es lo personal que provoca morbo, gana audiencias y genera *rating* (“lamentablemente hoy por hoy, es lo que vende”, Paola V.; “a la gente le llama el morbo, y el morbo, te produce *rating*”, Ricardo G., TV Azteca).

En el siguiente gráfico presentamos de manera esquemática estos *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* que sobre *lo público* y *lo privado* realizaron los conductores televisivos de Televisa, TV Azteca y C7.

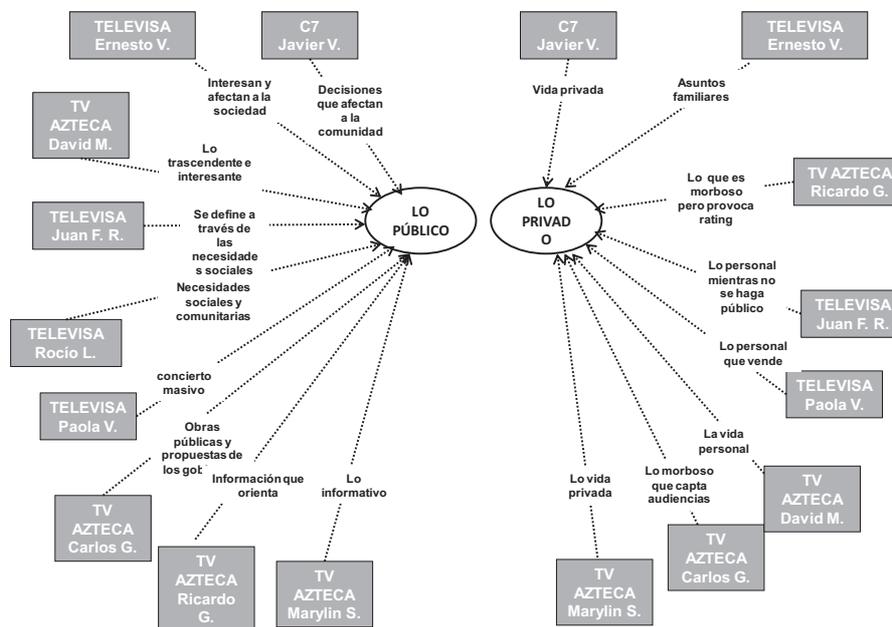


Figura 7. Enmarcamientos comunicativos (*communicative framing*) de *lo público* y *lo privado* en conductores televisivos.

Desde estos *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)*, lo público para los conductores de noticieros televisivos son los aspectos de interés y trascendencia social que, en la medida que afectan a la comunidad, y se reconocen como necesidades, pueden tratarse informativamente. En contraparte, lo privado los mismos conductores lo enmarcan como los aspectos de la vida personal de los individuos, que puede ser tratado en los medios, si existen condiciones para ello, en la medida que favorece la captación de audiencias y aumento de *rating*.

5.3.4 Enmarcamientos comunicativos (communicative framing) del ciudadano por los conductores de noticieros televisivos.

La recuperación de la construcción del *ciudadano* que mantuvieron en su discurso los conductores noticiosos televisivos entrevistados se hizo mediante el uso de categorías como: características, dimensiones (civil, social, política y cultural), ejes (jurídico-político, institucional y socio-antropológico), y enfoques (liberal, republicano, comunitario).

Los conductores reconocieron que las características de un ciudadano serían en primer lugar ser un sujeto informado, educado, responsable y participativo; en segundo lugar lo reconocieron como un sujeto crítico y con capacidad de decidir, exigente de sus derechos, y creyente y respetuoso de la legalidad.

La dimensión civil fue la que más se hizo presente en los *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* que sobre la *ciudadanía* realizaron los conductores. En ocasiones esta dimensión civil se asignó de forma exclusiva, y en otros casos estuvo acompañada de las restantes dimensiones. Este acento en la dimensión civil se traduce en resaltar el aspecto de los derechos y las responsabilidades de los individuos.

Por otro lado, el eje que más destacó en este *enmarcamiento (framing)* del *ciudadano* fue el jurídico/político, seguido por el socio/antropológico y finalmente el institucional. Lo que significó que en el proceso de enmarcamiento de los conductores se resaltó, sobre todo, el estatus legal alcanzado por la persona en su comunidad política y en segundo lugar su participación en los asuntos colectivos a partir de significaciones compartidas. Al nivel de los enfoques contenidos en las definiciones que los conductores hicieron sobre el ser ciudadano encontramos en primer lugar el enfoque republicano y

luego el enfoque liberal. Esto representa destacar las virtudes cívicas de participación de las personas en los asuntos de interés colectivo y, en segundo momento, reconocer a las personas como sujetos de derechos y obligaciones en su comunidad y respecto a las instituciones de gobierno.

Conductor(a)	Características del ciudadano	Dimensión	Eje	Enfoque
Televisa. Rebeca R.	Es una persona que está bien informada.	Dimensión civil.	Jurídico-político.	Liberal
Televisa. Rocío L.	El que lucha por un bienestar social, por su comunidad, que cree en su ciudad, en su patria. Y que denuncia lo que considera incorrecto.	Dimensión civil. Dimensión política. Dimensión social. Dimensión cultural.	Socio/antropológico. Institucional.	Republicano. Comunitario.
Televisa. Juan Fabián R.	Critica y argumenta.	Dimensión política.	Institucional.	Republicano.
Televisa. Ernesto V.	Individuo educado, estudiado, informado, participativo, informado; cumple con sus responsabilidades y trata de vivir bien en sociedad.	Dimensión cultural, Dimensión política. Dimensión civil. Dimensión social.	Jurídico/político. Socio/antropológico.	Liberal. Republicano.
TV Azteca. Ricardo G.	Tiene educación además de cultura, en todos los aspectos. Es respetuoso.	Dimensión cultural.	Socio-antropológico.	Liberal. Republicano.
Televisa. Ernesto V.	Individuo educado, estudiado, informado, participativo, informado; cumple con sus responsabilidades y trata de vivir bien en sociedad.	Dimensión cultural. Dimensión política. Dimensión civil. Dimensión social.	Jurídico/político. Socio/antropológico.	Liberal. Republicano.
Televisa. Marilyn S.	Es una persona que respeta la legalidad y que tiene la capacidad de decidir lo que quiere ver.	Dimensión civil.	Jurídico-político. Institucional.	Liberal. Republicano.
C7. Javier V.	Asume y comparte sus responsabilidades. Ejerce, exige y vive sus derechos.	Dimensión civil.	Jurídico/político.	Liberal. Republicano.

Tabla 8. Conductores televisivos: *enmarcamientos (framing)* del ciudadano.

5.3.5 El sentido de *lo público/ciudadano* en los conductores de noticieros televisivos.

En estas condiciones, *lo público/ciudadano* sería el ámbito de los asuntos sociales de interés general, donde se desarrolla la participación de individuos cultos, educados y respetuosos, estudiados, informados, participativos, que exigen, ejercen y viven sus

derechos, procurando convivir en sociedad, respetar la legalidad y cumplir con sus responsabilidades. Además de denunciar, criticar y argumentar ante lo que se considera incorrecto; y luchar por el bienestar social para la comunidad.

5.4 Aproximación empírica a los *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* de dirigentes de movimientos sociales.

El acercamiento práctico a los procesos de *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* que sobre *lo público/ciudadano* realizan los movimientos sociales tapatíos se realizó considerando las opiniones vertidas en entrevista por seis de sus dirigentes: Hilda, Coco y Libertad, de Comunidad CRECE (mujeres); Yerel, de GDL en Bici (movilidad urbana); Jorge, del Colectivo Ecologista Jalisco (ambientalista), Isidro, del Colectivo Lésbico, Gay de Occidente (homosexuales); David del Tianguis Cultural (trabajadores de la cultura); y Karenina, del Campamento Informativo Ciudadano (movimiento urbano).

Las preguntas guía que orientaron las entrevistas que realizamos a los dirigentes de los movimientos sociales fueron las siguientes. ¿En qué consiste el movimiento? ¿Cómo inició su interés por hacer este trabajo? ¿Cuáles son las principales problemáticas en Guadalajara? ¿Cuáles son las principales características de su organización? ¿Qué es lo público y qué lo privado para este movimiento? ¿Cuáles son las principales propuestas de su organización para enfrentar la problemática de esta ciudad? ¿Qué valoración hace de la televisión abierta que se proyecta en la ZMG? ¿Cuál es su opinión sobre Televisa Guadalajara? ¿Cuál es su opinión sobre Canal 7 del gobierno estatal? ¿Qué ve usted en televisión? ¿Qué noticiero le gusta ver? ¿Qué piensa de las noticias que se ofrecen por televisión? ¿Qué manejo considera que se le otorga en la televisión a la información sobre los problemas de interés público? ¿Ha visto el noticiero de *GDL Noticias* y el de *Enfoques*? ¿Cuál es su opinión sobre ellos? ¿Qué relación hay entre su movimiento y la construcción de ciudadanía en Jalisco? ¿Contribuye la televisión a construir conciencia y participación ciudadana? ¿Qué importancia reviste la información noticiosa televisiva para visibilizar los problemas y las alternativas a los problemas sociales? ¿Puede un noticiero televisivo

favorecer la construcción de ciudadanía? ¿Cuál sería el ciudadano ideal en Guadalajara? ¿Cuál sería un noticiero televisivo ideal a construir en estas condiciones?

La información proporcionada por cada uno de los dirigentes fue registrada audiográficamente y estructurada en función de categorías definidas para el estudio de los procesos de construcción de *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) desarrollados por esos mismos dirigentes entrevistados, que en su participación se ubican en condiciones sociales de asimetría social y predominio de las visiones construidas desde los medios televisivos: **problema** o problemas reconocidos por los movimientos; los **protagonista** y los **antagonistas** que participan en dicho problema; las **auto/atribuciones tipificadas** que los propios movimientos hicieron de sí mismos; las **atribuciones tipificadas** que hicieron sobre los antagonistas; el **diagnóstico**, el **pronóstico** y las **alternativas** que construyeron sobre la situación problemática; los **símbolos** asociados a su actuación y los **contra/símbolos** a los que se enfrentan; las **dicotomías**, en tanto posturas que expresan una postura lógica de oposición y estructuralmente antagónicas, que caracterizan al proceso; las **pautas de acción** que dicen utilizar los movimientos; los **foros** utilizados para desplegar su actividad y las audiencias que reconocen como **destinatarios** y los **marcos generales** (*master frames*), que aceptan compartir con otros movimientos. El conjunto de estas variantes fueron herramientas orientadoras para sistematizar las respuestas, no formaron parte de las preguntas en sí mismas, sino que se desprendieron del lo dicho por los entrevistados.

5.4.1 *Enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) del Campamento Informativo Ciudadano (CIC).

La construcción del llamado puente atirantado (Matute Remus) se identificó como el **problema** central y raíz del conflicto. El propio Campamento se auto/asignó **protagonista** de este proceso, el cual hizo una **auto/atribución tipificadas** de características de ser parte de un “pueblo ciclero”, de ser criminalizado por autoridades y medios de comunicación, y ser “corazón de la resistencia” (“pero bueno, el activismo tiene corazón de resistencia”). Desde su perspectiva, en tanto parte del *enmarcamiento* (*framing*) construido, el **antagonista** está constituido por diferentes actores: el gobierno

estatal de Jalisco, los empresarios que participan en el proyecto, los medios de comunicación y ciertos sectores de ciudadanos. A cada uno de ellos se le asignó en el discurso **atribuciones tipificadas**. Al gobierno estatal se le atribuyó incompetencia, falta de interés, actuar en función de intereses políticos y comportamiento de burla (“la autoridad no tiene un interés en generar proyectos de movilidad tangibles, para solucionar los problemas de todos”). A los empresarios se les adjudicó el actuar en función de intereses económicos que responden a sus inversiones (“seis empresas muy grandes, y que están ya con apoyo de millones de pesos, que no van a querer perder”). A los medios de comunicación, particularmente a Televisa y Televisión Azteca, se les caracterizó a partir de su indiferencia ante el problema (“La tele es el principal medio indiferente del tema”), manipulación informativa, y responder a intereses económicos y políticos (“si tú no tienes plata para poder decirles ‘dame tres segundos de tiempo aire en tu televisora’, no te van a dar ni madres”). A ciertos sectores ciudadanos se les atribuyó apatía y falta de cultura vial (“creemos que la única forma de transportarnos en esta ciudad es el automóvil, y eso nos ha hecho olvidar que el derecho a una libre vía para el peatón, para el ciclista para estas otras formas de movilidad no existen”).

El **diagnóstico** que hizo el Campamento es que existe un problema de tráfico, de calles en mal estado, de falta de respeto al peatón y de educación vial deficiente (“ponte a caminar como peatón, y te vas a dar cuenta que el automóvil por supuesto no te va a dar el derecho a paso, tu ponte a pedalear como ciclista y te vas a dar cuenta que la gente cree que eres un fantasma”). Que en contraparte no existen políticas para enfrentar esta situación (“no existen políticas internas que puedan señalar las alternativas de movilidad”), y cuando éstas se desarrollan son erróneas, y afectan a la población. Que se desarrollan políticas de estigmatización de los opositores a las políticas del gobierno (“y aquí en Guadalajara el ciudadano que exige sus derechos es señalado como un opositor, es señalado como...es criminalizado y es hasta amenazado. Entonces, ser ciudadano en Guadalajara es un peligro. Pero eso no significa que no lo necesitamos”).

Su **pronóstico** fue que finalmente el puente atirantado se construirá (“el puente lo van a seguir haciendo; nosotros vamos a seguir exigiendo que la información veraz de la manera en cómo se construyó”). Como consecuencia de esto, pronostica que se incentivará en la población el deseo de comprar más autos (“un pinche puente va a incentivar a que la

banda compre más autos, y que haya más autos en la ciudad, y que de estos 300 automóviles que se suman diariamente en nuestro parque vehicular, bueno quién sabe cuántos aumenten”).

Las **alternativas** que sugirieron se fundamentaron en la idea central de buscar otras formas de movilidad urbana que signifiquen diferentes maneras de ver la vida, tales como: una movilidad urbana sustentable; la implementación de ciclo vías; el equilibrio entre peatones y automovilistas; el estar informados (“la herramienta más hábil, más fuerte y que retumba en todos lados, es la información”); y el asumir compromisos cotidianos entre los ciudadanos en función de estas alternativas (“la movilidad urbana sustentable se basa no solamente en el auto o en caminar y reducir los efectos del CO₂, sino también tener ciclo vías, saber que puedes utilizar un transporte multimodal, como subirte al tren ligero con tu *baika* y en peri agarrar tu bici y a pedalearle”).

Reconocieron como **símbolo** fundamental a la bicicleta. También hubo identificación de símbolos secundarios asociados al árbol (“*Bob* murió, el árbol que más queríamos murió, los demás que estaban alrededor también”), la experiencia de destrucción de puentes en Londres y la acción de dar la espalda al gobierno. Los **contra/símbolos** estarían representados por el auto y por personajes asociados a los medios (“Miguel Ángel Collado es televisa; qué voy andar viendo a ese cabrón, si es uno de los principales prostituidos de los medios”). En este sentido se manejó la **dicotomía** constante a lo largo del discurso entre automotor/bicicleta.

Las **pautas de acción** que se señalaron fueron reunir a los ciudadanos, informar, concientizar, educar, realizar paseos colectivos (“estamos buscando hacer primero una concientización. Creo que hacer ciudadanía es un proceso, como la educación, lento, es como el campo, también es lento, es duro y es difícil pero no es imposible”). Los **foros** que consideraron útiles para desarrollar su labor fueron el boletín *Ciudad en Bici* (“con este boletín lo que buscamos hacer es que la gente se dé cuenta qué perfiles urbanos existen como ciclistas, desde el que se va trajeado hasta su chamba, hasta el panadero que lleva su *cajota* atrás de él, también algunas sugerencias para utilizar bien tu bici”) y su propio espacio en internet (“muchas organizaciones civiles de manera mundial están utilizando el internet como su medio alternativo; o sea, nosotros hemos subido un montón de videos sobre los paseos, sobre las charlas”). Consideraron **audiencia** susceptible de ganar al

movimiento a los ciudadanos y a “la banda” (“entonces, este, los paseos mensuales podemos juntar desde 900 personas hasta 4 mil, y eso está súper chido, pues, porque la gente se da cuenta que existe una fuerza”).

Finalmente, por lo declarado, se puede identificar que existe un *marco general (master frame)* entre diferentes organizaciones a partir del problema del puente atirantado y del criterio de funcionar con base al consenso (“el tema del puente atirantado como que nos volvió a reunir a ciertos miembros de GDL en bici que habíamos sido parte de Ciudad para todos, y por eso nos sumamos al mensaje; en sí, GDL en bici no fue el único que se sumó a esta acción, también esta Parlamento de Colonias, Colectivo Ecologista, o sea como que el mismo tema, el mismo problema del puente, hizo que varias organizaciones o nos reencontráramos o nos uniéramos de una nueva forma”).

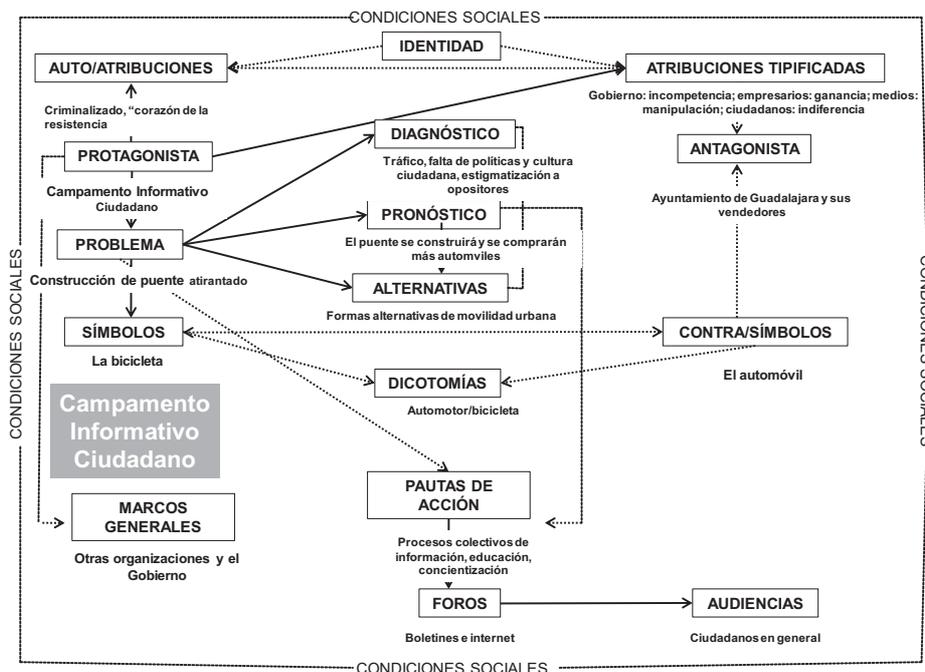


Figura 8. Enmarcamientos comunicativos (*communicative framing*) del Campamento Informativo Ciudadano.

5.4.2 Enmarcamientos comunicativos (*communicative framing*) del Tianguis Cultural.

Para el Tianguis Cultural el **problema** radica en la invasión al tianguis que se ha operado con vendedores del ayuntamiento de Guadalajara, que lo han tratado de convertir en un mercado cualquiera, lo que significa una deformación y un trastorno de este proyecto

(“hay mucho mercachifle, mucho tianguero que se ha estado tomando puestos, se unen con el ayuntamiento de GDL y precisamente para copiarnos, para doblegarnos han trastornado el tianguis cultural para convertirlo en un mercado cualquiera, entonces, si tienes los productos alternativos, lo que son las artesanías pero tienes también lo que es parte de una deformación de un trastorno del tianguis cultural”).

Como **protagonista** de este proceso fueron reconocidos los integrantes del tianguis. En tanto que como **antagonistas** se mencionaron al gobierno, los partidos políticos, los vendedores oficialistas y los medios de comunicación. Las **auto/atribuciones** que como Tianguis Cultural hizo el entrevistado fueron las ser tribus urbanas, movimiento social, y espacio social de convivencia, contestatario y alternativo. Las **atribuciones tipificadas** al gobierno fueron las de corrupción, mediocridad, interés por el dinero, falta de atrevimiento para hacer obras y ausencia de voluntad (“yo siento que los gobiernos han sido muy mediocres, que llegó una generación de *pirrurris*, de tipos que no tienen posibilidad, que lo que quieren es ganar dinero”). Las atribuciones a los partidos políticos fueron las de ser timoratos, carentes de programas, no tener visión de largo plazo, ser conservadores y atentar contra la modernidad de la ciudad (“blandengues, han sido demasiado timoratos, no han tenido precisamente una visión a largo plazo, puros partidos políticos carentes de programas, conservadores todos, hasta los de izquierda”). Las atribuciones tipificadas dirigidas a los vendedores pro-gobiernistas son las de ser ruines, corruptos, interesados, saboteadores, insultantes, golpeadores y estafadores (“son depredadores que a cualquier costo toman un espacio, de modo profano; es gente que no tiene compromiso con el proyecto. Son chavos parásitos que están en el proyecto ganando dinero, que se agarran del tianguis cultural y que no tiene ningún ánimo de cambiar a la sociedad”). Las atribuciones tipificadas que se hicieron de los medios de comunicación, y en particular sobre la televisión, fue que son denigrantes de la juventud, mal intencionados, a veces objetivos, a veces despreciables, negociantes y manipuladores (“muchas veces utilizan el fondo del tianguis cultural para hablar de la drogadicción y cosas así, y eso está equivocado eso es mala leche, eso es una situación, yo diría que es una situación mal intencionalidad de los medios y luego, porque no están respetando al joven”). Sobre Televisa Guadalajara se dijo que es una empresa pretenciosa, chayotera, amarillista, interesada en el *rating*, y que no cubre noticiosamente al Tianguis (“los invitamos seis veces y vienen sólo una”).

El **diagnóstico** que hizo el Tianguis Cultural respecto a la ciudad de Guadalajara fue que ésta ha sido terriblemente golpeada por políticos mediocres. Consideró el entrevistado, que Guadalajara es una ciudad de desigualdades, y que eso se expresa en el propio Tianguis (“hay personas que vienen en camionetas y otras en camión, desigualdades en los chavos que vienen a comprar, aquí unos no tienen ni para un refresco y otros compran lo que se les antoja al día, esas son desigualdades económicas, de información, de educación”). Respecto al Tianguis Cultural, su diagnóstico es que es un proyecto ya maduro, pero que enfrenta la intromisión de personas con intereses individualistas (“el proyecto está sumamente contaminado, tenemos situaciones de peligro porque hay personas muy violentas; tenemos intereses creados de personas que venden mucho, que ganan dinero, entonces invierten para ganar más y la forma de invertir es de sabotearnos, es estarnos insultando, golpeando, meten grupos; todo eso yo creo que es una situación penosa, que nos fastidia, nos enoja y no nos deja trabajar”).

El **pronóstico** fue que el Tianguis en cuanto tal va a entrar en una etapa de consolidación. En tanto, su pronóstico respecto a los medios, en particular sobre la televisión, es que ésta no va a cambiar mientras el país no cambie (“si nosotros como ciudadanos tuviéramos otra visión, podríamos dejar de verlos porque ellos viven de lo que nosotros vemos, de la programación de los comerciales”).

Las **alternativas** del Tianguis Cultural ante esta problemática fueron las de realizar difusión cultural para la promoción y el construir otra visión (*enmarcamiento*) entre los ciudadanos (“El tianguis cultural tiene ante todo retos de difusión cultural en relación con la promoción, de acercamiento con los jóvenes, de generar información, para que los jóvenes puedan protegerse como actores vivos dentro de la sociedad”).

Se pudo rescatar que los **símbolos** del Tianguis Cultural son la diversidad, la convivencia y la producción cultural (“el tianguis cultural, les sirve para reencontrarse, para coordinarse y quizás para planear alguna escapada en la tarde para tratar de convivir”), que toman cuerpo en propuestas estéticas culturales. El **contra/símbolo** fundamental es el dinero. La **dicotomía** que se maneja en el *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) del Tianguis Cultural es la que ocurre entre jóvenes artesanos y vendedores del ayuntamiento, y es dicotomía por lo estableció como separación por el dirigente, aunque en la práctica pudiera tomar forma de antagonismo.

Las **pautas de acción** que consideró el entrevistado fueron las de producir información, desarrollar campañas de acercamiento con los jóvenes, buscando generar un espacio público, social, cultural y diversidad, de convivencia; y actividades que lleven a hacer que se respeten los derechos de los jóvenes a participar en plazas y crear una identidad social (“tenemos además una serie de campañas a veces en contra del abuso de los niños, a veces hacemos campañas a favor de los chavos graffiteros”), a partir de talleres y conciertos. Parte de estas pautas de acción implicaría presentar una propuesta al presidente municipal de Guadalajara. Los objetivos que se plantean lograr son la de una transformación a partir de propuestas estéticas/culturales, contestatarias; favorecer un reencuentro entre los jóvenes; fortalecer las identidades urbanas; generar un circuito entre tribus; posibilitar una visión crítica hacia la sociedad; procurar que la gente se concientice y se comprometa; y buscar que tome nuevos valores y una educación cívica de fondo (“conjugamos un proyecto con la idea de generar un espacio de convivencia, un espacio cultural, social, un espacio de diversidad que constatará lo que significa ser ciudadano en una ciudad como Guadalajara”). Como **foros** a utilizar en este trabajo se mencionaron: foros culturales públicos y gratuitos, folletos, conciertos y su página en internet (“por cierto ya tenemos la página web” *www.tianguiscultural* para que puedan empezar a imprimir algo...”). Consideraron **audiencia** al conjunto de jóvenes de la ciudad de Guadalajara en sus diversas manifestaciones (“tenemos una serie de campañas que vamos a realizar para los diferentes artistas, diferentes actores y académicos”).

Pudimos reconocer, con base en sus declaraciones, un *marco general conjunto (master frame)* a partir de acuerdos con cualquier tipo de organización o institución, incluido el gobierno. Desde su punto de vista, estos acuerdos deben surgir del apoyo a las necesidades sociales, a los derechos humanos, a la ecología y a la diversidad sexual (“esa política alternativa, que no es la política de partidos políticos, sino la política que tiene que ver con derechos civiles, es la que nos interesa y es la que apoyamos”).

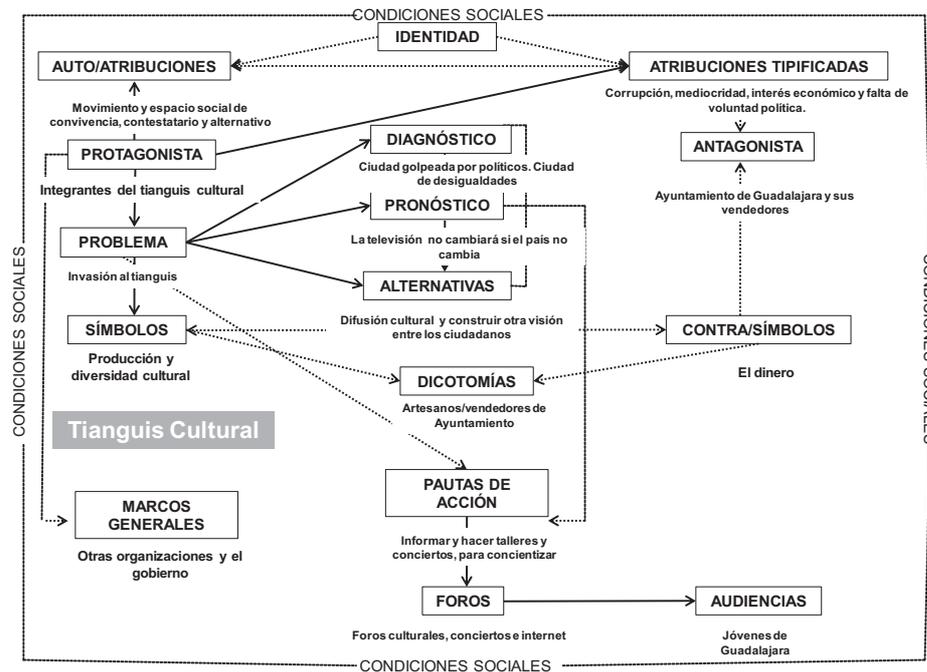


Figura 9. Enmarcamientos comunicativos (*communicative framing*) del Tianguis Cultural.

5.4.3 Enmarcamientos comunicativos (*communicative framing*) del Colectivo Ecologista Jalisco.

El Colectivo Ecologista Jalisco (CEJ) identificó como **problemas** el cambio climático, la contaminación, la deforestación, el saqueo de especies y la pobreza social. En sus *enmarcamientos (framing)*, el propio CEJ se presentó como el **protagonista**, en tanto que identificó como **antagonistas** a ganaderos, madereros, empresas trasnacionales (“empresas que procesan azúcar, ingenios cañeros, tenemos el caso de papeleras, tenemos el caso de una gran cantidad de industrias químicas, petroquímicas, farmacéuticas, de transformación de diversa índole”), a la Universidad de Guadalajara, a cadenas comerciales, al gobierno y a sus instituciones oficiales (SEMARNAT, CFE).

Como sujeto protagónico el CEJ efectuó una **auto/atribución** de tipificaciones como las de ser ambientalistas en pleno movimiento, constructores de ciudadanía (“ambientalismo necesariamente va a la par de construcción de ciudadanía, no puede ir separado. Entonces, desde mi perspectiva ser ambientalista pues es ser ciudadano, y ambos en plena construcción”), conscientes, comprometidos, congruentes, y como quien tiene

premisas los intereses sociales y ambientales. Las **atribuciones tipificadas** las aplicó a las diferentes instancias reconocidas como antagónicas. A las empresas trasnacionales les asignó características de acumulación de capital, manejo deshonesto y ventajoso de los conocimientos y de uso de estrategias mercadotécnicas. Al gobierno le reconoció autoritarismo, centralización, antidemocracia, cerrazón (“los gobiernos panistas cierran mucho las posibilidades de interlocución, de diálogo y de negociación con las organizaciones civiles y con la sociedad civil en su conjunto, con la población en su conjunto”) y ausencia de políticas que impulsen la agricultura orgánica (“se sigue promoviendo la agricultura convencional, altamente tecnificada, con monocultivos que obedecen más a necesidades del mercado interno que a necesidades sociales de consumo de alimentos”). A instituciones como SEMARNAT e Instituto Nacional de Ecología, les señaló como defensores de los intereses de empresas extranjeras.

El CEJ desarrolló un **diagnóstico** donde reconoció que la problemática de la ciudad se refiere a cuestiones globales, las propiamente ambientales y las socio/ambientales. Se destacó la situación de deforestación donde operan diferentes prácticas e intereses (“está la construcción, están las prácticas agrícolas convencionales, están los intereses de fraccionadores en algunas áreas boscosas cercanas a ciudades, en donde se afecta esta zona, sobre todo a través de incendios, con objetivo de que lleguen después los bancos de materiales y demás”); la pérdida de biodiversidad; la afectación de prácticas agrícolas por pesticidas, contaminación de mares (“la contaminación de algunas áreas de la costa del estado de Jalisco, en donde llega a tener niveles superiores a muchas otras áreas marítimas de nuestro país”); el resurgimiento de enfermedades transmisibles (“tenemos el caso del dengue, que era típicamente una afección o una infección de áreas costeras bajas, calurosas, ahora ya en Guadalajara se está presentando algo que no se presentaba, precisamente por los aumentos de temperatura”); la contaminación por automóviles y por industrias; la contaminación del agua (“tenemos expresiones dramáticas como es el caso del Río Santiago, bueno de toda la problemática de la cuenca Lerma-Santiago-Pacífico”); las afectaciones en la salud (“afectaciones en la piel hasta diversas formas de cáncer que se están generando, problemas de riñones, de hígado y demás”); la generación de desechos; la pobreza social (“el deterioro ambiental y la pobreza social son los síntomas de un sistema que nos lleva simplemente a generar más pobreza, más desigualdad, más inequidad más

injusticia, más deterioro ambiental, más deterioro de la calidad de vida, y demás”) y la violación a los derechos humanos (“tenemos derecho a un medio ambiente sano”).

El **pronóstico** que realizó el dirigente del CEJ valoró que si no se aplican medidas, seguirá avanzando el proceso de pérdida de diversidad, y que es necesario un cambio en la sociedad (“un sistema que nos lleva simplemente a generar más pobreza, más desigualdad, más inequidad más injusticia, más deterioro ambiental, más deterioro de la calidad de vida”).

Las **alternativas** que sugirió para enfrentar la problemática es el control del origen de lo que se convertirá en residuo; ligar la problemática ambiental y social (“Hablar de la problemática ambiental implica hablar de la problemática socio/ambiental”); trabajar por la sustentabilidad (“una perspectiva de sustentabilidad que implique no solamente una relación armoniosa entre el ser humano, la sociedad y la naturaleza, en un sentido limitado, digamos, a una acción conservacionista, sino en un sentido de la búsqueda de la justicia social, de la equidad económica, de la equidad de género, de reconocimiento y respeto a la diversidad étnica, cultural, sexual, etc., el impulso y la promoción de la democracia directa y participativa”); cultivar la sustentabilidad interior, en otras palabras, la congruencia; y favorecer la participación ciudadana.

El **símbolo** que reconoció el dirigente del CEJ fue la biodiversidad. El **contra/símbolo** identificado fue el del dinero (“la pobreza de inmensamente ricos que no tienen ningún otro valor, y ningún otro bien, ninguna otra posibilidad que seguir acumulando dinero”). Las **dicotomías** constatadas en su *enmarcamiento (framing)* fueron las de desarrollo sustentable/deterioro ambiental y alimentación orgánica/alimentación industrializada.

Las **pautas de acción** que propuso fueron tareas relacionadas con el reverdecimiento de la ciudad; un boicot pro-árboles (“estamos organizando e impulsando una campaña de boicot hacia comercios que están llevando a cabo este tipo de actividades de tala”); una movilidad urbana, integral, sustentable, para la zona metropolitana; y el presentar ante los medios una problemática de manera fundamentada y ofrecer alternativas. El **foro** que a decir del dirigente utiliza el CEJ, es internet (“se diseña un blog pro-árboles para que la gente participe, haga sus denuncias y demás”). Las **audiencias** que consideró

fueron la población, las organizaciones civiles, los grupos sociales y las dependencias gubernamentales.

La construcción de *marco general conjunto (master frame)* podemos reconocerlos en el momento que explica las circunstancias en que se den puntos de encuentro con otras organizaciones en relación a los problemas ambientales (“nos hemos involucrado en muchas iniciativas ciudadanas con diversas organizaciones locales, redes nacionales e internacionales que trabajan la cuestión ambiental desde muy diversas perspectivas”), sobre empaques y embalajes, y sobre agricultura orgánica, círculo de producción y consumo responsable (“donde hay una vinculación y un acercamiento estrecho entre productores y consumidores sin intermediarios...lo que vinculamos es producción orgánica con consumo responsable, consciente, inteligente, y con comercio justo, desde una perspectiva de economía solidaria”).

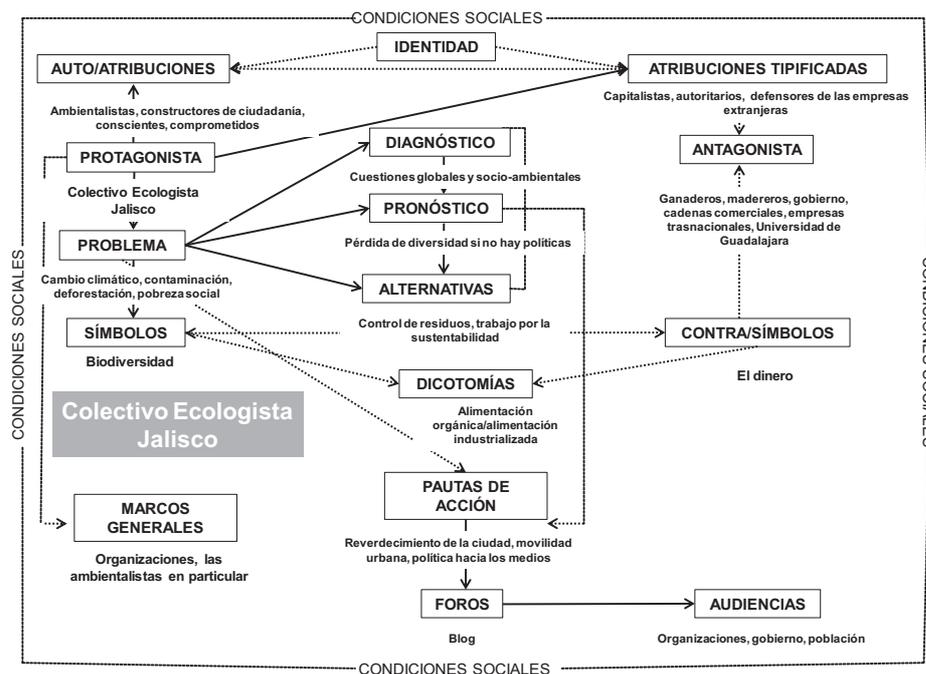


Figura 10. Enmarcamientos comunicativos (*communicative framing*) del Colectivo Ecologista Jalisco.

5.4.4 Enmarcamientos comunicativos (*communicative framing*) del Comité Lésbico, Gay de Occidente.

En las opiniones del dirigente de Colega, se puede identificar el reconocimiento de **problemas** como la falta de derechos a los homosexuales, la carencia de respeto a la diversidad sexual, la salud sexual, particularmente la prevención del VIH, la represión, la discriminación y el rechazo. Pudimos destacar que de lo dicho, el **protagonista** fue identificado como el propio Colega, y a los **antagonistas** como la familia (“Ser *gay* en una familia conservadora o con valores muy apegados a la ideología religiosa, o sea, eso es como...es una amenaza”), las instituciones laborales (“hay por ejemplo instituciones bancarias que para ser directivo o gerente de una sucursal, forzosamente tienes que estar casado para llegar a ese puesto”), la Iglesia (“la parte judeo/cristiana en que se basa la religión católica, creo que su punto de vista es no aceptar la parte de la homosexualidad”), las instituciones de gobierno, el gobierno mismo, la policía y los medios de comunicación. Los **elementos de auto/atribución** que el dirigente de Colega reconoció para su agrupamiento fueron el ser homosexuales; contar con una identidad *gay*; ser grupo vulnerable (“siempre entramos en la parte esta de grupos vulnerables”); ser asociación civil; prestar servicios de apoyo; ser visibles y diversos (“somos diversos igual que somos empresarios, somos vendedores, somos contadores, somos servidores públicos, o sea no solamente son las vestidas”) y ser ciudadanos (“no somos ciudadanos de segunda, somos ciudadanos comunes y corrientes”). La **atribución tipificada** que hizo a los antagonistas es que la familia conservadora es represiva; que algunos tipos de empleo se discrimina a los homosexuales; que la iglesia católica se identifica por su rechazo a los *gays* y sobre todo a las prácticas homosexuales; que tiene prácticas de corrupción y violencia (“Las chicas *trans* que se dedican al trabajo sexual. Ellas obviamente son las que son más atacadas por parte de la policía”); que las instituciones de gobierno desarrollan políticas para dividir al movimiento (“los mismos funcionarios públicos que se integran en esos puestos, como que van buscando los grupos, las instituciones que les hagan menos ruido o que sean como las que callen a las otras, pues igual como...y esos mismos intereses golpean a los movimientos y los fragmentan”); que el gobierno invisibiliza a los organismos de la sociedad civil y visibiliza a los grupos conservadores (“Emilio González lo que ha hecho es visibilizar más bien las organizaciones de corte religioso”); y que los medios de comunicación son creadores de estereotipos sobre los homosexuales y hacen un tratamiento informativo denigratorio, homofóbico y desigual según etapas (“Televisa creo que sí ha

estado permanente en la parte esta de las marchas, pero también en el rollo de solamente visibilizar las lentejuelas, las plumas, y toda esa parte, y a veces de que tapamos el tráfico en las calles en el centro de Guadalajara”), pero que se interesan sobre todo en ganar audiencia (“Incluso los mismos productores de cada uno de los programas lo que quieren es *rating* ¿no? Y si no les das ese *rating* pues no sales”).

Su **diagnóstico** fue que social y culturalmente existen dificultades para visibilizarse como *gay* (“ser *gay* para uno es solamente ser *gay* por la noche o ser *gay* el fin de semana, no es ser *gay* de tiempo completo, o sea, esa es la parte de entrar y salir del closet”). Que existe entre los *gay* una actitud de culpa (“O sea, ser *gay*, igual para unos pues es vergüenza, es culpa, son muchas cosas ¿no?”). Que hay represión por parte de la policía. Que existe un marco jurídico caduco (“el reglamento de policía y buen gobierno de esta ciudad, creo que está antiquísimo, y eso se ha prestado para que los mismos policías lo utilicen como, este, como una herramienta de corrupción más”). Que, en contraparte, hay conquista de espacios públicos por los homosexuales (“la población *gay* se ha apropiado del centro, aunque sea la parte nocturna, pero se ha apropiado de esos espacios”); pero al mismo tiempo se hace presente una ausencia de cultura ciudadana entre los *gays* (“si no tenemos esa cultura, igual, este no sabemos que somos entes de derecho como cualquier otro”); lo que hace que la gente *gay* no siempre tenga conciencia de que es discriminada (“La gente a veces no es consciente de que es discriminada en la calle, en cualquier oficina, lo ve como normal...o sea, lo vas haciendo como muy natural, entonces no ven que es discriminatorio”). A todo esto, agregó, el que no se cuente con ninguna conquista legal propia para los homosexuales (“De las conquistas solo tenemos la visibilidad. De las conquistas no tenemos ninguna ganada en la parte legal. O sea, legalmente en la constitución, en los códigos del Estado seguimos siendo...o sea, no estamos presentes”).

Su **pronóstico** fue que se requieren *gays* ciudadanos para ser *gays* empoderados (“Un *gay* empoderado es un *gay* que ejerce su ciudadanía en todos los ámbitos, ya sea en el trabajo laboral, en el familiar y a nivel público”); y que si se necesita construir una sociedad incluyente, se deben frenar las medidas discriminatorias a los *gays* (“si queremos tener una sociedad, obviamente tenemos que poner freno a ese tipo de actitudes discriminatorias”).

Las **alternativas** que propuso el dirigente de Colega fueron las de favorecer la integración social de los homosexuales (“integrarse pues a una sociedad activamente, activa

y como ciudadanos, que es lo que más nos interesa a nosotros”); la participación política de los *gays* a través del voto y de las manifestaciones públicas (“participar en la marcha también es participar políticamente, a ir a manifestar, ir a pedir que se agreguen nuestros derechos en las constituciones”); y la aprobación de una ley en contra de la discriminación que mejore las condiciones de vida de los homosexuales (“No solamente por aparecer cambiaría todo. Pero creo que sí se empezaría a crear como una cultura más de respeto”)

Los **símbolos**, que reconoció el entrevistado fueron el cuerpo y los lugares de encuentro para los *gays*. Mientras que el **contra símbolo** asociado a los antagonistas fueron el catecismo católico (“en su catecismo viene ahora en sus últimos... es que sí aceptan a los homosexuales siempre y cuando no se hagan prácticas”). La **dicotomía** que se estableció fue la de homosexual/sociedad represiva y discriminatoria.

Las **pautas de acción** que señaló fueron las de desarrollar trabajo social y político, en derechos humanos y prevención (“manejamos tres líneas de acción o áreas de acción, que es el área de incidencia social y política, el área de derechos humanos y el área de prevención, tanto de ITS y de VIH”); la vigilancia ciudadana; la Marcha de Orgullo Homosexual (Sí, una marcha *gay*, igual, uno de sus objetivos es esa parte, de que la gente salga a la calle, nos hagamos visibles, igual otros chavos que no están, o sea que no son visibles, o sea que nos están enterados que hay más *gays*, o sea obviamente se identifican con la comunidad”); y los servicios de la institución en forma de talleres (“talleres de crecimiento que va desde la parte de la ciudadanía, la parte de la autoestima, la parte de relaciones familiares”). Consideró **foros de difusión** para Colega la calle, los antros *gays* y los talleres. Mencionó el dirigente, que sus **audiencias** son los homosexuales no organizados, no participativos, y la ciudadanía en general.

El *marco general conjunto (master frame)* se hace presente a partir de los acuerdos, con base en punto de vista compartidos, con otros grupos en la lucha contra la discriminación, para vigilar la actividad política de los funcionarios de gobierno (“Porque aparte de ser un grupo pertenecemos a redes de otros grupos, entonces lo que sí exigimos es que, estamos exigiendo que nuestros políticos rindan cuentas como parte de la legalidad”); a través de las relaciones con instituciones oficiales bajo criterios de acciones para la prevención (“En la parte de la prevención del VIH sida, tenemos mucha relación con ellos - con COESIDA”); y en el trabajo por la defensa de los derechos humanos (“En la parte de

las redes de todas las organizaciones que luchan por derechos humanos, aunque no sean de gays, en lucha de derechos humanos, tenemos una muy buena relación con ellos y tenemos un buen acercamiento”).

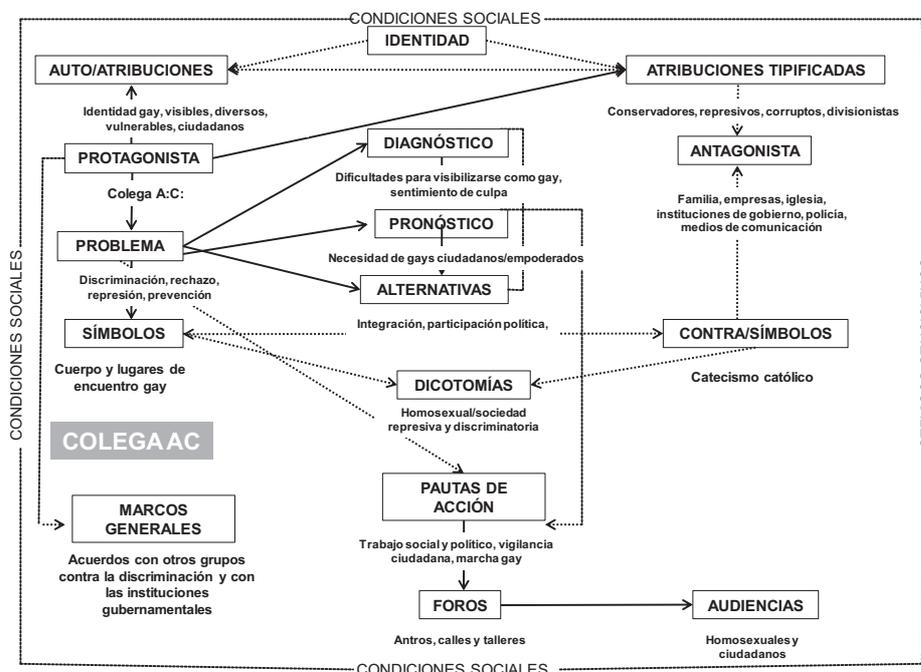


Figura 11. Enmarcamientos comunicativos (communicative framing) de COLEGA AC.

5.4.5 Enmarcamientos comunicativos (communicative framing) de GDL en Bici.

El **problema** del que dio cuenta el dirigente de *GDL en BICI* entrevistado⁵, fue el de la vialidad urbana de la zona metropolitana de Guadalajara. Identificó que el **protagonista** de este proceso es *GDL en Bici*, a través del dirigente entrevistado, en tanto que el **antagonista** está constituido por automovilistas, el transporte urbano, el gobierno, los funcionarios y los grandes medios de comunicación. Las **auto/atribuciones** que se adjudicó *GDL en Bici* fue el de ser un grupo de jóvenes ciclistas, politizados (“nos hemos...la verdad, por ahí dicen que politizado, así nos hemos puesto, en cuestión de que nos metemos o tratamos de influir en políticas públicas”), activistas (“creo que todos sí

⁵ Hablamos de Yerel como dirigente de GDL en Bici, porque él mismo se considera uno de los fundadores y pilares de esta organización. Aunque con sus propias palabras él aclara esta situación: “Pues mira nosotros tenemos una estructura horizontal. No hay presidente no hay secretarios. Somos totalmente... todos somos iguales nos juntamos mínimo una vez al mes y platicamos sobre acciones si tenemos de repente...”

traemos un poco de activismo en la sangre”), con convencimiento (“estamos convencidos que la bicicleta es algo bueno para la ciudad”), con estructura igualitaria (“No hay presidente no hay secretarios. Somos totalmente... todos somos iguales”), y el ser voluntarios en su trabajo. Las **atribuciones tipificadas** que *GDL en Bici* aplicó a los identificados como antagonistas fue que los automovilistas se encierran en su microcosmos, que tienen sobrepeso, que contaminan el ambiente, que no respetan al peatón ni al reglamento. Que el gobierno tiene poco clara la política de participación ciudadana, y busca imponer. Que los funcionarios son resistentes a escuchar y a aceptar las propuestas (“una resistencia impresionante y lo que hacen es tirarte el ojo”). Y que los grandes medios de comunicación no brindan cobertura informativa sobre el movimiento (“Los periódicos son los que más nos han echado la mano, las televisoras, las grandes no”; “al final sabemos que también es a un cierto grupo selecto que puede pagar un extra de televisión”)

El **diagnóstico** respecto al problema fue que existe una saturación de las vialidades por los autos (“Guadalajara tiene más coches por habitante que el DF”); que hay carencia de infraestructura; que se presenta una excesiva contaminación (“Un coche avienta 40 toneladas de CO₂ anualmente, y Guadalajara tiene ahorita un millón 600 mil coches”); que el uso del coche favorece el sobrepeso (“México en cuestión nacional, ya cuestión mundial, más bien, es un país de más gordos”); que el transporte es caro (“casi el 50% de su sueldo se va en puro camión”); que las condiciones para andar en bicicleta son de inseguridad (“mucha gente nos dice, es que a mí me gustaría moverme en bici, pero pues se me hace muy inseguro, y sí, la verdad es ahorita como están las condiciones”); que hay ausencia de una cultura ciclista (“hay ciclistas que son un poco atrabancados al andar; hay peatones que son muy descuidados; hay coches y transporte público que no tienen esa cultura vial de respeto hacia los demás”); y que en condiciones en que la gente no lee, la televisión es uno de los medios importantes para enviar los mensajes.

El **pronóstico** que realizó *GDL en Bici* es que una ciudad como la actual no favorece una sustentabilidad (“Una ciudad sustentable conduce hacia un ambiente y una mejor calidad de vida”); que serán inoperantes la construcción de viaductos y pasos a desnivel (“la creación de puentes al desnivel y viaductos porque para nosotros estás opciones son como aspirinas”); y que el uso de la bicicleta ayuda a la salud (“la bicicleta, al final, es algo que ayuda a esa problemática, de que ya te moviste, te fuiste al punto al que

ibas...hiciste ejercicio”) y favorece a la economía (“te ayuda a economizar, y también ayuda en esa cuestión de...o aporta a la cuestión económica en este país”).

Las **alternativas** que *GDL en Bici* propuso fueron la educación vial (“que todos nos respetemos desde ciclistas, automovilistas, peatones, que todos digamos, éste es su espacio y lo voy a compartir con, y voy a ser consciente de lo que estoy haciendo”); un renovado reglamento de tránsito que dé su espacio a la bicicleta (“donde la bicicleta sea vista como un vehículo de transporte no como algo recreativo”); la creación de un transporte multimodal; la fijación de un gasto público equitativo, que considere formas de vialidad alternativas (“no pedimos que todos se vengan de este lado, sino cuestiones equitativas”); el desarrollo de un transporte público de calidad (“desincentivar el uso del automóvil, eso es algo que nosotros quisiéramos ver en esta ciudad”); la construcción de ciclo vías; la racionalización del uso del coche (“Nosotros tampoco estamos peleados contra el coche, que indica el coche es un monstruo, y muera el coche. Más bien que tenga la conciencia de que hay que racionalizarlo”); la constitución de *GDL en Bici* como asociación civil (“ahora ya nos queremos hacer *GDL en bici, AC*, para poder, ahora sí, buscar recursos para poderlo hacer más de lleno”); y buscar mecanismo para incidir más en la televisión.

El **símbolo** que se reconoció para GDL en Bici fue la bicicleta (“creíamos en la bicicleta, o creemos en la bicicleta”, “la bicicleta, algo que aporta a una ciudad, es como sociabilidad”, “la bicicleta no excluye a nadie, hay de todo, de todo”, “la bicicleta ya pasó a ser como tema, o sea, punto de estilos de vida de la nueva generación de jóvenes, de los alternativos, de los jóvenes que están preocupados por un medio ambiente”). Los **contra/símbolos** señalados fueron el automóvil bajo uso irracional. En tanto que las **dicotomías** que identificó el dirigente fueron las que se dan entre automóvil/bicicleta, aislamiento/socialización y avenidas/ciclovías

Las **pautas de acción** señaladas de GDL en Bici fueron el de realizar paseos (“hacemos lo del paseo de todos hacemos que la gente salga”), hacer difusión, participar en reuniones oficiales para incidir en las políticas públicas, hacer reuniones para planear las acciones a realizar. Los **foros** que dijo utiliza la organización son cartas a los funcionarios, correo electrónico (“uno de nuestros fuertes es el correo electrónico... es una comunicación la más concurrida”), el boletín impreso *Ciudad en Bici* (“sacamos cuatro por año donde damos consejos técnicos de salud para que puedan usar la bici”) y el boletín electrónico

(internet), declaraciones a la prensa y talleres. Fueron consideradas **audiencias** los gobernantes (“queremos mandar una carta...a todos los que ganaron las elecciones de la zona metropolitana, para que sigan, que no dejen el tema de la movilidad motorizada de un lado, que sea parte de su trabajo próximo en estos tres años”), personas que aún no usan bicicleta, automovilistas (“hay automovilistas que les ha llegado el mensaje y que nos han mandado correos electrónicos y dicen –‘oye, ya dejé el coche y ando en bici y me siento mejor ya bajé de peso’”) y gente de bajos recursos.

Consideró el entrevistado que el *marco general conjunto (master frame)* los construyen con partidos políticos, en función de la movilidad urbana; con participación en instancias de gobierno (“ya ahorita participamos en el Consejo ciudadano de movilidad no motorizada del municipio de Guadalajara donde ayudamos o más bien proponemos la creación de la red de ciclo vías”); con acciones coyunturales conjuntas con el gobierno en función de la vialidad (“Cuando un evento es muy grande, sí pedimos apoyo al municipio de Guadalajara, pero sí ponemos nuestra raya bien clara”); y en acciones con otros grupos similares de ciclismo urbano (“son ocho, ocho grupos, donde siete nos llevamos casi como hermanos, y uno no”; “lo bueno es que hemos hecho alianzas con otras organizaciones que si se dedican al 100%, como el colectivo ecologista, tenemos muy buena relación, entonces ellos van como representación de nosotros. Y en las tardes donde ellos ya no pueden, porque ya están trabajando, vamos en su representación”).

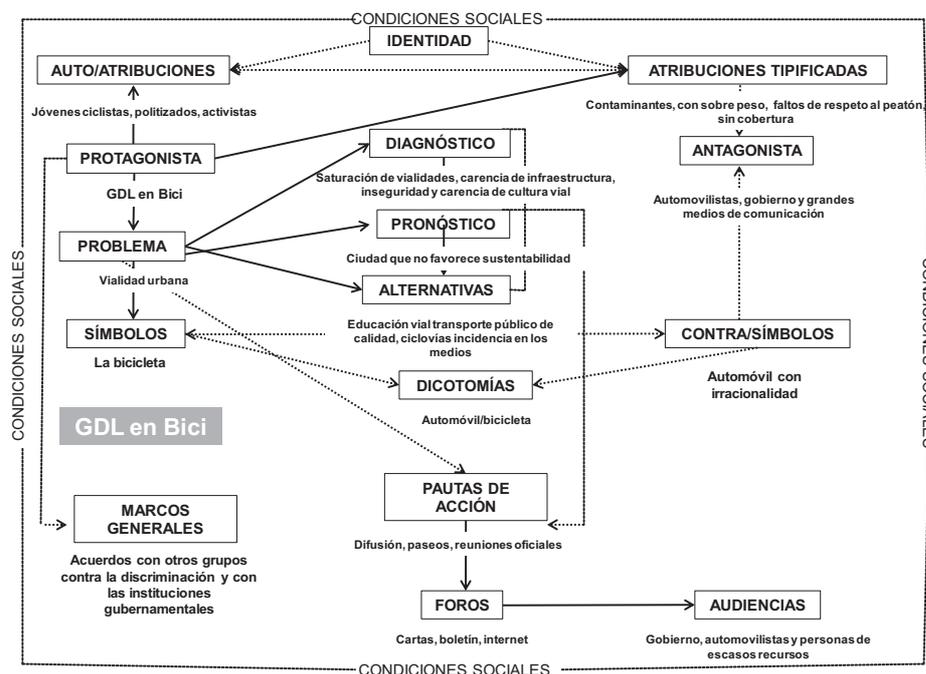


Figura 12. Enmarcamientos comunicativos (communicative framing) de GDL en Bici.

5.4.6 Enmarcamientos comunicativos (communicative framing) del grupo Comunidad Crece, A.C.

Desde la Comunidad Crece el **problema** que identificaron las entrevistadas, y que forma parte del *enmarcamiento (framing)* que construyen, fue la situación que vive la mujer a nivel de salud, violencia (“te platican sus experiencias, y que a veces son dolorosas, experiencias de violencia, de enfermedades, y que no saben cómo enfrentar”), hambre, desempleo y la falta de recursos económicos (“pedir fiado en la tienda y llega un momento en que nos dicen ‘ya ahora sí, no te fío más, pagas porque pagas, ya tu deuda es muy grande’”). Por lo dicho en la entrevista, el **protagonista** lo enmarcaron como Comunidad Crece. Esta organización identifica como **antagonistas** a los esposos de las mujeres, la iglesia católica y sus sacerdotes, y a los medios de comunicación. La **auto/atribución** que se hizo la propia Comunidad Crece fue la de ser personas con experiencia en el trabajo en sectores populares, pobres; el ayudar a las mujeres para ayudarse a sí mismas; la identificación con los problemas de las mujeres y su capacidad de escucha. La **atribución tipificada** que se hizo respecto a los antagonistas fue variada. A los esposos se les consideró violentos. A la iglesia y los sacerdotes se les asoció con posiciones moralistas

(“son unas reacciones moralistas, eclesiales, autoritarias, que las cohiben, y entonces, aunque tienen la necesidad de cuidarse, porque es inhumano tener más hijos, es un miedo a que se sepa”). Y a los medios de comunicación como creadores de estereotipos de mujer tradicional y de super/mujer con aparentes libertades, pero bella y atractiva (“como que la mujer que salga en la televisión tiene que ser delgada, tiene que ser hermosa, tiene que tener éstas, éstas y éstas características, porque si no, no da el ancho en la televisión”).

El **diagnóstico** que se realizó respecto a la problemática partió de reconocer que las mujeres saben cuidar a los otros, pero no se cuidan a sí mismas; que las mujeres son las que enfrentan la problemática cotidiana en la colonia (“ellas son las que están, digamos, manteniendo, produciendo, de entrada tienen todo el tiempo en la colonia”); que se vive en condiciones donde lo que hacen los hombres es más reconocido (“vivimos en un mundo en donde la autoestima de los hombres, como el pensar de los hombres es muchísimo más reconocido, aunque también se le reprime en otras cuestiones”); que existe mucho conservadurismo entre los políticos (“un Emilio González diciendo que darle condones a los chavos es como pagarles el...jejeje, y que en su casa él hace reuniones para leer la Biblia, o sea”); que las mujeres de Jalisco se están dando cuenta ya de los estereotipos (“La otra vez en el taller de género una de ellas decía: ‘a ver, yo no sé, ¿no?, pero sí es cierto que las mujeres de Jalisco le estamos jugando desde hace muchísimos años a ser las super/mamás’). Que, sin embargo, a las mujeres no se les ha reconocido todavía la fuerza que poseen. Que existe presencia y liderazgo de mujeres en sus colonias, proyectos oficiales y organizaciones. Que generalmente las relaciones afectivas de las mujeres son conflictivas (“ahorita tenemos el caso de una señora que vivió una violencia muy fuerte con su esposo, y el esposo es alcohólico”). Que las mujeres tienen ganas de aprender (“si en el bazar hay libros, y empiezan a buscar como ‘ay, es que yo no puedo apoyar a mi hijo en la escuela, entonces yo también tengo que estudiar’ ¿no? Y ahí están, queriendo comerse los libros para estudiar”); que existen barreras morales hacia las mujeres, colocadas por la iglesia (“ella decidió divorciarse, decidió que era lo más sano, y pues va con el padre, y lo primero que le dice el padre es: no, porque te vas al infierno”); que existe una ausencia de servicios de salud en las colonias pobres; y que hay un manejo informativo en las noticias de las mujeres como víctimas (“Yo veo que aparecen mujeres víctimas, que ‘me golpearon’, que ‘perdí a mi hijo’, este, como suplicando”).

El **pronóstico** de Comunidad Crece fue que al tomar en cuenta a la mujer en particular, permite que ella crezca en su comunidad y en la sociedad (“De veras que si ellas, este...no llegan, o sea como que van dando pasitos a empoderarse de alguna manera desde su familia hacia la comunidad y hacia la sociedad en grande”).

Las **alternativas** que propuso Crece, fue que la mujer reivindique su valor en todos los terrenos (“que la mujer reivindique su valor, su dignidad, digna de respeto, merece respeto”); que se intente empoderar a las mujeres en los diversos ámbitos de la sociedad; que se desarrollen acciones que permitan que la mujer se encuentre consigo misma; que se concientice a las mujeres en lo político, y en su derecho a decidir sobre su propio cuerpo (“Hay cosas que las mujeres tienen el derecho de decidir, ¿no?, si quieren que te metas en su vida o no, por ejemplo, el aborto”); y que es necesario hacer ver que la iglesia no debe involucrarse en las decisiones de la pareja (“ni el sacerdote, ni el obispo, ni el Papa tienen por qué meterse en las decisiones de los matrimonios”).

Los **símbolos** enmarcados por las dirigentes de Crece fueron la autoestima y la dignidad de las mujeres. En este caso los valores asumieron función de símbolos. **El contra/símbolo** fundamental señalado fue el de la violencia contra las mujeres. En tanto que las **dicotomías** reconocidas fueron: salud/enfermedad, esposo/esposa, organización/desorganización, pobreza/riqueza, educación/ignorancia, empoderamiento/des-empoderamiento.

Las **pautas de acción** de Crece se concentran, comentaron, en proyectos con las mujeres, sobre todo, talleres y con la niñez e impulso a ludotecas. Señalaron las dirigentes que el **foro** de la organización han sido sobre todo los talleres. Dijeron que sus **audiencias** son las mujeres no organizadas de las colonias populares donde intervienen.

Respecto al marco general conjunto (*master frame*) por lo que dijeron, se puede destacar que lo construyen en su relación con otras organizaciones que comparten la idea de desarrollar trabajo con mujeres bajo criterios de género (“es importante que nos reunamos como red intergrupal, que escribamos una carta al ayuntamiento, a la autoridad, y que hablemos de nuestra necesidad apremiante de tener respuesta ante las urgencias de enfermedad que hay en la colonia”).

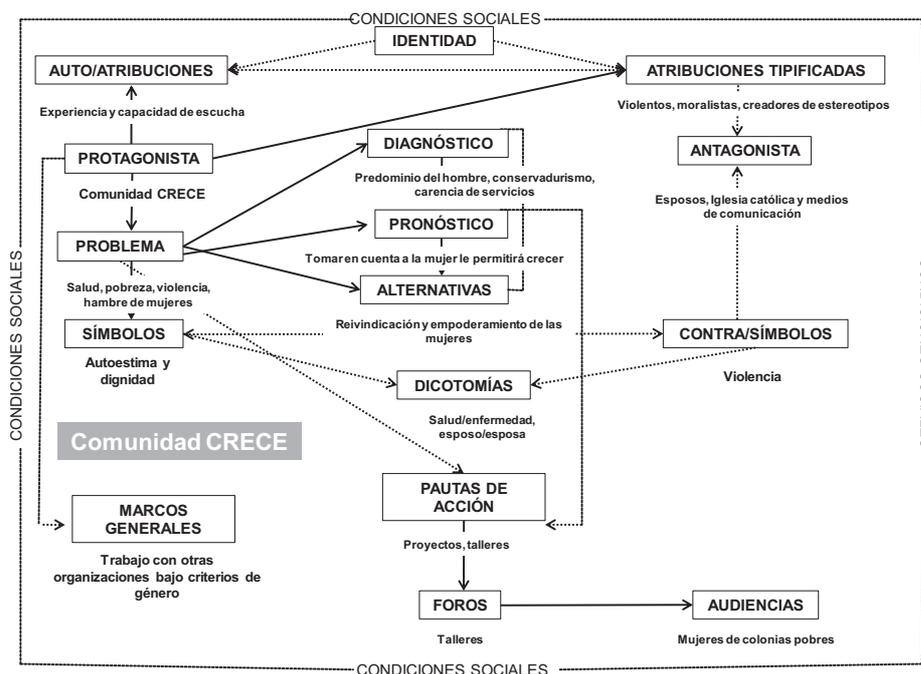


Figura 13. Enmarcamientos comunicativos (*communicative framing*) de Comunidad CRECE.

5.5 Visión de conjunto desde los movimientos.

5.5.1 Enmarcamiento comunicativo (*communicative framing*) del problema, sus actores y símbolos.

Teniendo como referencia esta información construimos la siguiente tabla que da cuenta de forma sintética y estructurada de los elementos reconocidos por los dirigentes de cada una de las organizaciones, que nos permitió aproximarnos a la identificación del proceso implícito de *enmarcamiento comunicativo (communicative framing)* respecto la realidad considerada como problema, la identificación de su antagonista y los contra/símbolos con los que se le asocia, y las dicotomías que resultan de la confrontación entre los propios símbolos de los movimientos sociales y los de los opositores en este proceso de confrontación.

Movimiento	Problema	Antagonista	Símbolos	Contra/símbolos	Dicotomías
Campamento Informativo	Construcción de puente	Gobierno estatal,	Bicicleta	Automóvil y personajes de	Automotor/bicicleta

Ciudadano	atirantado	empresarios, medios de comunicación y sectores de ciudadanos.		los medios.	
Tianguis Cultural	Invasión de vendedores del Ayuntamiento	Gobierno, partidos políticos, vendedores oficialistas y medios de comunicación.	Diversidad Convivencia Producción cultural	Dinero	Jóvenes artesanos/vendedores del ayuntamiento.
Colectivo Ecológico de Jalisco	Cambio climático, contaminación, deforestación, saqueo de especies y pobreza social	Ganaderos, madereros, empresas trasnacionales, Universidad de Guadalajara, cadenas comerciales, gobierno e instituciones oficiales	Biodiversidad	Dinero	Desarrollo sustentable/deterioro ambiental y alimentación orgánica/alimentación industrializada
Comité Lésbico Gay de Occidente	Falta de derechos a los homosexuales, falta de respeto a la diversidad sexual, salud sexual, represión, discriminación y el rechazo.	Familia, instituciones laborales, Iglesia católica, gobierno, instituciones oficiales y medios de comunicación.	Cuerpo Lugares de encuentro gay	Catecismo católico	Homosexual/sociedad represiva y discriminatoria.
GDL en Bici	Vialidad urbana de la ZMG	Automovilistas, transporte urbano, gobierno, funcionarios y los grandes medios de comunicación.	La bicicleta	Automóvil	Automóvil/bicicleta, aislamiento/socialización, avenidas/ciclovías
Comunidad Crece	Salud de la Mujer, violencia, hambre, desempleo y la falta de recursos económicos	Esposos, Iglesia católica y medios de comunicación.	Autoestima y dignidad de las mujeres.	Violencia	Salud/enfermedad, esposo/esposa, organización/desorganización, pobreza/riqueza, educación/ignorancia, empoderamiento/desempoderamiento.

Tabla 9. Dirigentes: *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) del problema: antagonista, símbolos, contra/símbolos y dicotomías.

Movimiento	Auto/atribución	Pautas de acción	Alternativas
Campamento Informativo Ciudadano	Ser parte del pueblo ciclero, Ser criminalizado, Ser “corazón de la resistencia”	Reunir a los ciudadanos. Informar. Realizar paseos colectivos.	Concientizar. Educar.

Tianguis Cultural	Ser tribus urbanas, movimiento social y espacio social de convivencia, contestatario y alternativo.	Realizar difusión cultural para la promoción.	Construir otra visión entre los ciudadanos. Generar un espacio público, social, cultural y de diversidad. Hacer que se respeten los derechos de los jóvenes a participar en plazas. Crear una identidad social
Colectivo Ecologista de Jalisco	Ser ambientalistas en movimiento, constructores de ciudadanía, conscientes, comprometidos, congruentes, y que tienen como premisas los intereses sociales y ambientales.	Reverdecimiento de la ciudad. Boicot pro-árboles. Movilidad urbana, integral, sustentable. Presentar ante los medios una problemática de manera fundamentada y ofrecer alternativas.	El control del origen de los residuos. Ligar la problemática ambiental y social. Trabajar por la sustentabilidad. Buscar la justicia social, la equidad económica, la equidad de género, de reconocimiento y respeto a la diversidad étnica, cultural, sexual, etc. Impulso y la promoción de la democracia directa y participativa. Sustentabilidad interior. Favorecer la participación ciudadana.
Comité Lésbico Gay de Occidente	Ser homosexuales. Contar con una identidad gay. Ser grupo vulnerable. Ser asociación civil. Prestar servicios de apoyo. Ser visibles y diversos. Ser ciudadanos.	Desarrollar trabajo social y político, en derechos humanos y prevención. Vigilancia ciudadana. Desarrollar la Marcha de Orgullo Homosexual. Prestar servicios de la institución en forma de talleres.	Favorecer la integración social de los homosexuales. Participación política de los gays a través del voto y de las manifestaciones públicas. Aprobación de una ley en contra de la discriminación. Mejorar las condiciones de vida de los homosexuales.
GDL en Bici	Ser un grupo de jóvenes ciclistas politizados, activistas, con convencimiento, con estructura igualitaria y el ser voluntarios en su trabajo.	Realizar paseos, hacer difusión. Participar en reuniones oficiales para incidir en las políticas públicas. Hacer reuniones para planear las acciones a realizar.	Educación vial. Renovado reglamento de tránsito que dé su espacio a la bicicleta. Creación de un transporte multimodal. Fijación de un gasto público equitativo, que considere las formas de vialidad alternativas. Desarrollo de un transporte público de calidad. Construcción de ciclo vías. Racionalización del uso del coche. Constitución de GDL en Bici como asociación civil. Búsqueda de mecanismos para incidir más en la televisión.
Comunidad Crece	Ser personas con experiencia en el trabajo en sectores populares, pobres. Ayudar a las mujeres para ayudarse a sí mismas. Identificación con los problemas de las mujeres. Capacidad de escucha.	Proyectos con las mujeres, sobre todo, talleres y con la niñez. Impulso a ludotecas.	Reivindicación del valor de la mujer en todos los terrenos. Empoderamiento de las mujeres. Desarrolló de acciones para el encuentro de la mujer consigo misma. Concientizar a las mujeres en lo político, y en su derecho a decidir sobre su propio cuerpo. Hacer ver que la iglesia no debe

			involucrarse en las decisiones de la pareja.
--	--	--	--

Tabla 10. Movimientos sociales: visión de conjunto de auto/atribución, pautas de acción y alternativas.

Aspectos que podemos rescatar de esta sistematización conjunta y parcial son los siguientes:

Se destaca cómo los problemas sobre los que sustentan su actuación los movimientos sociales todos son de carácter sectorial. Sólo dos tienen más proximidad temática, que son los de la construcción del llamado Puente Atirantado (CIC) y el de la vialidad urbana (GDL en Bici).

Cinco de los seis movimientos sociales reconocen como antagonistas, principalmente, al gobierno estatal y a los medios de comunicación, y después a las instituciones oficiales y a la iglesia católica. En estos dos casos se trata de dos movimientos ligados a mujeres y homosexuales. Aunque en el caso del primero de ellos no identifican como antagonista al gobierno, y centran su atención en el esposo como opositor. Al gobierno lo caracterizan más como dotador de servicios públicos e infraestructura urbana.

En los contra/símbolos dos son los que se repiten en los discursos de los dirigentes de los movimientos sociales: el automóvil y el dinero.

En el terreno de las dicotomías resalta que la mitad de los movimientos reconoce una sola dicotomía, en tanto que la otra mitad identifica más de una dicotomía. Es el movimiento dirigido a mujeres quien destaca más dicotomías, y de sentido más variado.

5.5.2 Atribuciones tipificadas al gobierno y a los medios de comunicación.

Considerando las atribuciones tipificadas que en forma de marcos (*frames*) los movimientos realizan hacia los dos actores antagonistas más mencionados (el gobierno y los medios de comunicación) encontramos que aunque son diversas las atribuciones que se hacen al gobierno desde los movimientos sociales se destacan las de incompetencia y autoritarismo, mientras que a los medios se les atribuyen tipificaciones sobre todo de indiferencia ante los problemas, manipuladores, creadores de estereotipos, y defensores de intereses económicos y políticos.

Movimiento	Atribuciones tipificadas al gobierno	Atribuciones tipificadas a los medios de comunicación
Campamento Informativo Ciudadano	Incompetencia, falta de interés, actuar en función de intereses políticos y comportamiento de burla.	Indiferencia ante el problema, manipulación informativa, y responder a intereses económicos y políticos.
Tianguis Cultural	Corrupción, mediocridad, interés por el dinero, falta de atrevimiento para hacer obras y ausencia de voluntad.	Denigrantes y mal intencionados. A veces objetivos a veces despreciables; negociantes y manipuladores.
Colectivo Ecologista de Jalisco	Autoritarismo, centralización, antidemocracia, cerrazón, ausencia de políticas.	
Comité Lésbico Gay de Occidente	Invisibilizar a los organismos de la sociedad civil y visibilizar a los grupos conservadores.	Creadores de estereotipos, hacen un tratamiento informativo denigratorio, homofóbico y desigual, interesados en ganar audiencia.
GDL en Bici	Poco clara la política de participación ciudadana, y busca imponer.	No brindan cobertura informativa sobre el movimiento.
Comunidad Crece		Creadores de estereotipos.

Tabla 11. Dirigentes: atribuciones tipificadas al gobierno y a los medios de comunicación.

Ibarra, Gomá, González, Martí (2002: 52), sugieren un modelo que permite identificar del movimiento analizado la fase en que se encuentra en su desarrollo; el proceso desarrollado; y el impacto alcanzado. Bajo estas directrices se elaboró el siguiente cuadro, donde se presenta un diagnóstico inicial y aproximado sobre los movimientos analizados.

Fase	Proceso	Impacto	Organización
Aparición	La movilización hace visible una demanda	Inaugural	CRECE CIC
Acceso	Miembros del movimiento son formalmente recibidos por las autoridades.	Procedimental	GDL en Bici CEJ Tianguis Cultural Colega
Agenda	Se admite una propuesta	Procedimental	GDL en Bici
Formulación	Se aprueba la norma legislativa	Procedimental	
Ejecución	Se ejecuta e implementa	Sustancial	
Impacto	Consecuencia de las medidas	Sustancial	
Estructural	El sistema cambia y mejora las posibilidades de influencia de los movimientos sociales	Sistémico	

Tabla 12. Movimientos sociales: fase de desarrollo, proceso implicado e impacto.

Como se puede observar, la mayoría de los movimientos motivo de estudio se encuentran en la fase de acceso a la relación con las instituciones de gobierno y sus autoridades, que implica un impacto procedimental. Dos de ellas (CRECE y CIC) se ubican en la fase de aparición, donde apenas se hicieron visibles con una demanda, con un impacto inaugural. En tanto que ninguna de las organizaciones ha alcanzado las fases de formulación, ejecución, impacto y transformación estructural, que significaría el establecimiento de una legislación a manera de política pública, que se ejecute, que genere consecuencias y provoque un cambio en el sistema, favoreciendo el desarrollo de los movimientos en estos nuevos contextos sistémicos. Así, la eficacia política de estos movimientos radicaría en su capacidad de formular propuestas alternativas a las dominantes, respecto a los problemas; tener capacidad de convocar y movilizar a sectores de la población en torno a sus propuestas; y lograr transformaciones en función de los intereses colectivos a partir de su organización y movilización.

5.5.3 Enmarcamiento comunicativo (*communicative framing*) de *lo público* desde los movimientos sociales.

A partir del discurso emitido por los dirigentes de los movimientos sociales motivo de estudio, en el siguiente gráfico reconstruimos el sentido que le otorgan a *lo público*.

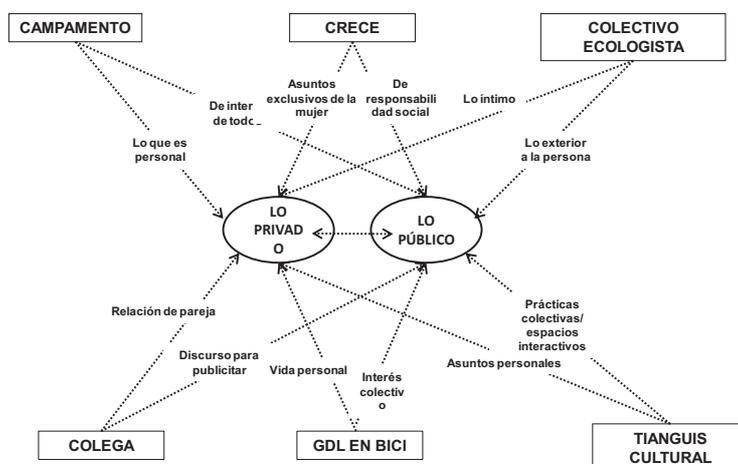


Figura 14. Dirigentes de movimientos sociales: *enmarcamiento comunicativo (communicative framing) de lo público y lo privado.*

Lo primero que resalta del *enmarcamiento (framing)* sobre *lo público*, que se trasluce a partir de lo expresado por los dirigentes de los movimientos sociales, es que en su totalidad lo consideran articulado a *lo privado* (“lo público y lo privado están totalmente ligados”, Tianguis Cultural; “eso privado, pues lo metes en la vitrina, lo metes en una vitrina con cristal, que todo el mundo ve hacia adentro... Tú crees que todo eso es privado, pero en verdad es público”, Colega; “sí creo que hay cosas que le tocan a la mujer decidir y que la sociedad tenemos que, como pues poner las condiciones para que ellas tengan la capacidad de decidir”, Crece; “desde la perspectiva ambiental, no existe una división entre lo público y privado”, CEJ). Otro aspecto a remarcar es que en conjunto colocan a los actores sociales como eje de los asuntos públicos (“espacio interactivo”, Tianguis Cultural; “donde tu vienes a manifestarte los beneficios que ha hecho por ti la bicicleta en tu uso diario”, GDL en Bici), y en su caso a la persona individual como constructora de los asuntos privados (“en lo privado cada quien tiene ciertas necesidades”, Tianguis Cultural; “cosas que las mujeres tienen el derecho de decidir”, Crece). *Lo privado* se ubica como aquello de competencia íntima, en tanto que *lo público* se enmarca y entiende como lo colectivo, lo de todos o que se da a conocer públicamente.

5.5.4 Enmarcamiento comunicativo (*communicative framing*) del ciudadano desde los movimientos sociales.

En la siguiente tabla se presenta una categorización de los rasgos fundamentales que cada uno de los dirigentes de los movimientos sociales asoció con el ser *ciudadano*. Se consideran como categorías la dimensión que se destaca de su definición, el eje en que se coloca ésta y el enfoque que se encuentra implícito en su caracterización.

Movimiento	Características del ciudadano	Dimensión	Eje	Enfoque
Campamento Informativo Ciudadano	Capacidad para reconocer sus derechos y obligaciones al libre tránsito, a exigirle al gobierno políticas distintas.	Dimensión civil. Dimensión política.	Jurídico-político. Institucional.	Liberal. Republicano.
Tianguis Cultural	Asume una visión crítica, reclama sus derechos, se moviliza, reconoce que tiene obligaciones, es un agente político. Tiene que tener servicios públicos. Vota y puede ser votado. Tiene una visión de cambio social.	Dimensión civil. Dimensión política.	Jurídico-político. Socio/antropológico. Institucional.	Liberal. Republicano.
Colectivo Ecologista de Jalisco	Que cuenta con una dimensión ambiental. Que tiene una visión multidimensional económica, política, cultural, ambiental, legal, espiritual y artística. Con un quehacer consciente, comprometido y congruente. Que acepta y respeta la diversidad. Que sea un ciudadano integral.	Dimensión civil. Dimensión política. Dimensión económica Dimensión social. Dimensión cultural.	Socio/antropológico.	Republicano. Comunitario.
Comité Lésbico Gay de Occidente	Es una persona que ejerce una ciudadanía social y una ciudadanía sexual. Que involucra su derecho a la información para la salud sexual y reproductiva responsable. Que reclama el reconocimiento, la defensa y la conquista de sus derechos. Que construye una identidad homosexual y busca ejercer su ciudadanía en todos los ámbitos.	Dimensión civil. Dimensión social. Dimensión cultural.	Socio/antropológico. Institucional.	Liberal. Republicano. Comunitario.

GDL en Bici	Que decida que puede andar en bici, porque es lo que considera mejor. Que cuenta con una ciudad con todas las condiciones para transitar.	Dimensión social.	Jurídico/político. Socio/antropológico.	Liberal. Comunitario.
Comunidad Crece	Es una mujer consciente de las necesidades, carencias y virtudes del entorno territorial. Que tiene una disposición al trabajo y al servicio comunitario. Que tiene sentido crítico, motivación por la justicia, por la reivindicación de una situación más digna para los pobres. Que está organizada, tiene propuestas y participa en acciones colectivas.	Dimensión política. Dimensión social. Dimensión cultural.	Socio-antropológico.	Republicano. Comunitario.

Tabla 13. Dirigentes: *enmarcamiento (framing)* del ciudadano.

Se puede identificar que las dimensiones privilegiadas que conforman el *enmarcamiento comunicativo (communicative framing)* sobre la ciudadanía por parte de los dirigentes de los movimientos sociales son la civil, la política y la social. Con lo que se consideran los derechos y las obligaciones, la participación en una comunidad política, el involucramiento en la toma de decisiones sobre asuntos económicos, la participación en la búsqueda del bienestar material y la convivencia en diversidad. La dimensión menos considerada fue la económica.

Por otro lado, es en el eje socio-antropológico en el que se sustentan la mayoría de los *enmarcamientos (framing)*. Lo que se podría interpretar en el sentido de que la mayoría de los movimientos involucran aspectos de identidad, conciencia, sentido de pertenencia y prácticas colectivas de ejercicio de sus derechos y obligaciones.

En tanto al nivel de los enfoques es el republicano el que prevalece. Esto implica el reconocimiento de una práctica de construcción ciudadana de carácter cívico, político y público en asuntos de la colectividad. Esto no necesariamente está claro en la mayoría de los entrevistados, aunque sí en el dirigente del CEJ.

Poniendo atención a cada uno de los movimientos en particular podemos distinguir que el Colectivo Ecologista de Jalisco es el que incorpora la mayor cantidad de dimensiones en su *enmarcamiento (framing)* de la ciudadanía, seguido por Colega y Crece. Es importante considerar esto si se toma en cuenta el tipo de problemática al que se dirige

cada una de estas organizaciones: ambiental, homosexual y mujeres. Lo que en una primera interpretación implicaría que la construcción de la ciudadanía desde el movimiento ambientalista que representa el CEJ se hace involucrando las dimensiones civil, política, económica, social y cultural.

Respecto al eje encontramos que el Tianguis Cultural es el movimiento que considera los tres ejes, jurídico-político, socio-antropológico e institucional, en su planteamiento de ciudadanía, lo que se traduce en involucrar el estatus legal, la identidad y pertenencia a la comunidad y su accionar respecto a las instituciones políticas locales.

5.5.5 Enmarcamiento comunicativo (*communicative framing*) de lo público/ciudadano en los movimientos sociales.

Una vez realizado este recorrido, podemos reconocer el sentido, que como parte de su *enmarcamiento (framing)*, los movimientos sociales le otorgan a *lo público/ciudadano*. *Lo público* son los asuntos exteriores a la persona, aquellos que son de interés y responsabilidad colectiva, y que implican prácticas conjuntas en espacios interactivos. *Lo ciudadano* es la forma concreta en que se expresa el tener un *enmarcamiento (framing)* caracterizado por una visión consciente, crítica y multidimensional sobre los asuntos públicos de su entorno; que involucra el asumir obligaciones y conquistar derechos en sentido amplio, hacer que éstos sean reconocidos, y colocarse en condiciones de reclamarlos y defenderlos; que implica mantener un compromiso de trabajo en y para los asuntos públicos de su comunidad, basado en el respeto a la diversidad, y la motivación por la justicia y el cambio social; y que toma forma en organizaciones, formas identitarias, propuestas y prácticas congruentes de movilización colectiva en los espacios públicos, erigiendo a los sujetos en agentes políticos de la vida pública.

5.6 Comparativo entre *enmarcamiento comunicativo (communicative framing)* de conductores de noticias y dirigentes de movimientos.

Enmarcamiento comunicativo (communicative framing) del problema. Destaca de este proceso de *enmarcamiento (framing)* que si bien los noticieros ponen acento en proyectar

información local (*Enfoques*: 88% en su cortinilla *GDL Noticias* 73.5%), dista mucho de haber una correspondencia entre lo que los conductores enmarcan como problemas reconocidos y los problemas que construyen como noticiables. Por ejemplo, hablan de carencia de infraestructura urbana y sólo le dedican el 5.8% de las notas en la cortinilla de entrada. Se refieren como problema a las desigualdades sociales y económicas, que a su decir se traducen en polarización social, y sin embargo no dedican ninguna nota inicial para abordar esta situación. De la misma manera los conductores señalan insistentemente que uno de los problemas significativos de la ZMG es la corrupción de los políticos, y sin embargo, no dedican un solo espacio para atender esta problemática. En los contenidos del cuerpo de los mismos noticieros analizados se puede reconocer una problemática enmarcada por los conductores: la seguridad. Esta es abordada en sus variantes de seguridad social-de salud-de desastres (*Enfoques*, 75.2%; *GDL Noticias*, 90.3%).

Estableciendo una comparación entre el *enmarcamiento* (*framing*) de los problemas de la ZMG que realizan los conductores de noticieros televisivos y los dirigentes de movimientos sociales locales, se pueden reconocer aspectos interesantes como los siguientes. Mientras que los conductores plantean problemas generales de la ciudad, identificados a partir de su trabajo periodístico, los dirigentes de movimientos ubican los problemas a partir de su intervención directa como activistas en sectores determinados, lo que les permite focalizar su *enmarcamiento* (*framing*) en aspectos muy específicos de la problemática de la sociedad tapatía. Por otro lado, resalta la manera en que una misma realidad como la construcción del puente atirantado, representa para los conductores una alternativa para el mejoramiento de la infraestructura urbana y la vialidad metropolitana, en tanto que para el CIC, GDL en Bici y el CEJ esta obra no representa una alternativa para el desarrollo urbano sustentable que se requiere. Así se puede notar también, que la invasión de vendedores del ayuntamiento de Guadalajara al Tianguis Cultural no representa un problema de interés noticioso para los conductores, en cambio para el dirigente de esta asociación civil, significa, en este momento, el obstáculo más importante para el desarrollo de este proyecto cultural. Tampoco en el *enmarcamiento* (*framing*) de los conductores se consideran como problemas el cambio climático, la contaminación, la deforestación y el saqueo de especies, que sí son contemplados por el CEJ. De la misma manera no hay mención por parte de los conductores de la problemática de las mujeres asociada a

violencia, hambre, desempleo y carencia de recursos económicos, ni a la problemática que enfrentan los homosexuales como la falta de respeto a la diversidad sexual, la salud sexual, la represión, la discriminación y el rechazo.

Estableciendo un comparativo entre el *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) del problema que realizan los movimientos sociales y el que hacen los conductores televisivos encontramos una sola coincidencia de éstos con los primeros, y es con GDL en Bici y el CIC, que identifican como problema la vialidad, aunque entendido de manera diferente y desde posiciones distintas. En el *enmarcamiento* (*framing*) que hacen los conductores no figuran los problemas asociados a las mujeres, los homosexuales, la ecología, los espacios culturales ni el puente atirantado.

Enmarcamiento comunicativo (communicative framing) del antagonista. En este mismo sentido encontramos que en el *enmarcamiento* (*communicative framing*) de los conductores se identificó como antagonista a los gobernantes, políticos, funcionarios, malos maestros, movimientos beligerantes y personas pasivas. Contrariamente a lo identificado como sujetos antagonistas, en los noticieros estudiados se privilegió la publicitación de los sujetos asociados a la esfera estatal (*Enfoques*, 49.8% y *GDL Noticias* 24.7%). En tanto que la población fue mostrada en *Enfoques* como afectados, vulnerables o muertos (14.5%) en las noticias en *GDL Noticias* se hizo en su modalidad de individuo, delincuente, afectado y profesionista (44.7%). Cuando se les ha dado espacio a sectores opositores estos son colocados en *enmarcamientos* (*framing*) como “movimientos beligerantes”, tal como lo califica el conductor de noticias de C7. Estos datos evidencian que la población sí está presente en los noticieros, pero asociada a una valoración negativa. Pareciera que la ausencia de la ciudadanía estuviera justificada por la adjetivación negativa que los mismos conductores hacen de la población de la ZMG como falta de educación, apática, desinteresada, deshumanizada, desunida y costumbrista. Esto da cuenta de que los propios sujetos considerados como responsables de los problemas que afectan a la población son al mismo tiempo los más publicitados en las noticias.

Comparando este *enmarcamiento* (*framing*) de los antagonistas por parte de los conductores noticiosos con el que realizaron los dirigentes sociales encontramos lo siguiente. Existe una coincidencia entre conductores y dirigentes, que consideraron que el antagonista dentro de los problemas que afectan a la sociedad tapatía son el gobierno, sus

funcionarios y sus instituciones; a políticos y a partidos políticos. También hay concordancia entre algunos conductores y ciertos dirigentes en el sentido de identificar como antagonista a aquellos sectores ciudadanos que se mantienen pasivos ante la problemática. Una primera diferencia radica en que los dirigentes de los movimientos sociales reconocen como antagonista a empresarios de diferente índole. Una segunda diferencia es que los dirigentes sociales consideran antagonistas a instituciones como la iglesia católica y la familia conservadora, en tanto que los conductores otorgan su reconocimiento y dotan de espacio noticioso a la jerarquía eclesiástica e insisten en resaltar la importancia de la familia tradicional. Sin embargo, una diferencia sustancial en este *enmarcamiento (framing)* de los actores antagonista se encuentra en el hecho de que el total de los dirigentes entrevistados consideraron a los medios de comunicación como un antagonista. En correspondencia a esto, uno de los conductores consideró a los movimientos sociales de igual forma, como antagonistas.

Enmarcamiento comunicativo (communicative framing) de lo público/ciudadano. Lo primero que se destaca en los *enmarcamiento (framing)* que sobre *lo público* realizan los conductores y los dirigentes de los movimientos es que existen diferentes *marcos (frames)* sobre esta noción. Y aunque de entrada, en el *enmarcamiento (framing)* que sobre *lo público* realizan, encontramos similitud en el sentido en que ambos asocian *lo público* con asuntos de interés colectivo, lo que es necesario dilucidar en este nivel es qué se entiende por *interés colectivo* desde cada uno de los actores; a quién se considera constructor y portador de este tipo de *interés*; y de qué manera se objetiva dicho interés. Para los conductores el *interés colectivo* es el interés de la sociedad mediada por el gobierno, sus funcionarios y sus instituciones, es *lo público/gubernamental*. Este *marco (frame)* es el dominante en el campo de la información. Para los dirigentes de los movimientos, el interés colectivo es el interés que compete a la sociedad mediada por la acción de los ciudadanos, es *lo público/ciudadano*. Este *marco (frame)* es el que se cumple el rol subordinado. Por otro lado, para los conductores, *lo público* se objetiva en información noticiosa y políticas públicas, donde sus constructores son los periodistas y los políticos; mientras que para los dirigentes la objetivación se concreta en las manifestaciones ciudadanas, en escenarios públicos, y también en las políticas públicas donde los movimientos tengan incidencia, sus constructores entonces serían las organizaciones y movimientos ciudadanos y los políticos

capaces de incorporar en sus políticas públicas las propuestas provenientes de la sociedad civil.

La construcción de *lo público* tanto desde los noticieros como desde los movimientos tiene repercusiones en el terreno de lo social. Una construcción de *lo público* pensado como *público/gubernamental* desde los noticieros, genera *marcos (frames)*, espacios e interacciones en las diferentes esferas de la sociedad, de manera distinta que *lo público* enmarcado como *lo público/ciudadano*. Mientras que uno fortalece el proyecto de razón dominante en el campo de la información, de ganancia capitalista, el otro busca fortalecer un proyecto emergente, de participación ciudadana y de redes entrelazadas en la esfera pública. De la misma manera que en parte *lo público* proviene de *lo social/estructural*, asimismo tiene repercusiones en este nivel. Asimismo, *lo público* se articula con la comunicación que se desarrolla desde los noticieros y los movimientos sociales, cada uno de los agentes utilizando sus propios medios, lenguajes, formatos, recursos, contenidos y propósitos; comunicación que sirve para construir y reproducir los *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* desde posturas bien sea de dominación, resistencia o alternancia comunicativa.

Dos diferencias más en el *enmarcamiento (framing)* de *lo público* se encuentra, sobre todo, en el hecho de que mientras los conductores de noticieros son profesionales de la información, los dirigentes de movimientos sociales son participantes voluntarios; los primeros cuentan con paga para desempeñar su trabajo de tiempo completo, mientras que los otros alternan su participación política con otras actividades. Por otro lado, para los dirigentes de los movimientos sociales el atender los asuntos colectivos requiere de prácticas conjuntas de individuos en espacios interactivos, en tanto que para los conductores esto se traduce en una labor informativa, que si bien incluye la acción compartida y la interacción con otros actores sociales en el espacio mediático, estas relaciones son de carácter laboral.

Otra de las grandes diferencias se encuentra en la manera en que conductores y dirigentes vinculan el nivel de *lo público* con el de *lo privado*. Los movimientos sociales enmarcan *lo privado* como asuntos íntimos y particulares, de la vida personal de los individuos y, en la mayoría de los casos, reconocen que se encuentra completamente articulado a *lo público*, considerando que esto se construye desde *lo público* y, por tanto, lo

contiene. Los conductores televisivos también enmarcan *lo privado* con lo personal, además que también lo vinculan con *lo público*, pero con *lo público-informativo*. Esto les lleva a asociar *lo privado* con la información que provoca morbo, pero que les permite vender, atraer audiencias y generar *rating*. De esa manera, podemos encontrar una lógica en su enmarcamiento (*framing*) de *lo público* a partir de lo que los conductores consideran “necesidades sociales” que requieren ser informadas, y el tratamiento “morbo” de los asuntos públicos o de los asuntos privados que son convertidos en públicos a través de la pantalla, con el fin de satisfacer sus intereses empresariales como medio. Así, la tensión entre *público* y *privado* se manifiesta de dos formas: publicitación de *lo privado* y privatización de *lo público* en los noticieros; además de un intento de visibilización de *lo público* desde los movimientos sociales. Aunque, cabe decir, en contextos de privatización de la vida económica, social, política y cultural, la resolución de esta tensión ha favorecido la lógica de tratamiento de *lo público/privado* desde los noticieros, que favorece a la postura dominante.

Es necesario considerar que estos diferentes *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) sobre *lo público* y *lo privado* responden a posiciones estructurales asimétricas de conductores y dirigentes, que dependen del capital informativo simbólico acumulado, la postura en el campo social informativo y las relaciones de fuerza que mantienen respecto a los otros agentes. Los primeros se posicionan como sujetos de poder en el escenario de los medios, en tanto que los segundos se ubican como sujetos de poder en los escenarios públicos, pero en posición subordinada. Y aunque ambos tipos de actores no mantengan por el momento una disputa evidente por la definición de *lo público*, este conflicto sí existe en el terreno simbólico-ideológico-discursivo que toma cuerpo en *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*), que no sólo es una forma de representación para sí de los actores, sino una manera de legitimar las posiciones propias y deslegitimar las otras representaciones y sus *enmarcamientos* (*framing*), y una guía de acción práctica de los conductores y los dirigentes de movimientos sociales. En el terreno práctico tanto los conductores como los dirigentes de los movimientos sociales buscan legitimar los propios *enmarcamientos* (*framing*) sobre *lo público* y des-legitimar los *enmarcamientos* (*framing*) de los otros. Esta acción no es privativa de los conductores televisivos, también se desarrolla desde los movimientos sociales.

Respecto a la aproximación empírica sobre la dimensión de *lo ciudadano*, podemos decir que ésta permitió entender la ventaja de utilizar esta noción como una herramienta más propicia para comprender las diferentes expresiones en que la ciudadanía adquiere concreción. Tanto a los conductores como a los dirigentes de los movimientos sociales se les debe considerar como ciudadanos, aunque de diferente tipo: a ambos se les puede definir como individuos formalmente libres e iguales, además de agentes sociales con características históricas específicas; sin embargo, la diferencia entre ellos radica, de entrada, en las tareas que desarrollan desde ese *ser ciudadanos* en busca de construcción de ciudadanía. Los conductores no actúan con base en prácticas emancipatorias, sino buscando un beneficio empresarial propio; los dirigentes de los movimientos sociales sí lo hacen, con la finalidad explícita de buscar el bien común. Destaca también la manera en que tanto conductores como dirigentes definen la *ciudadanía* en su nivel liberal-civil-jurídico/político, que es el más elemental, lo que evidencia por una lado el estado real que guarda en la sociedad tapatía la construcción de ciudadanía, y por el otro, la visión que mantienen uno y otro actor social de una ciudadanía definida desde las instituciones del Estado y de respeto a su legalidad. A esto se agrega una caracterización que se hace desde ambos frentes, como una población apática y tradicionalista, lo que coloca al individuo en una situación de “primitivismo ciudadano”. Con base en esta definición, tanto los conductores como la mayoría de los dirigentes definen sus respectivas tareas: los primeros, “educar” a la población en los valores cívicos y de interés comunitario y político; y segundos, “concientizar” a las personas sobre sus derechos y la necesidad de interesarse y participar, poniendo acento en la dimensión política y cultural de la ciudadanía, todo esto marcado por una visión de progresión lineal, que queda integrado a las características del *enmarcamiento comunicativo*.

En el nivel del *enmarcamiento (framing)* del *ciudadano* encontramos que mientras que en los dirigentes de los movimientos sociales se puede reconocer las dimensiones civil, política y social, los conductores televisivos destacan sobre todo la dimensión civil. En el caso de los ejes sobre los que se sostiene el *marco (frame)* de cada uno de los actores, se identificó que el eje privilegiado por los movimientos sociales es el socio/antropológico, mientras que en los conductores se da prioridad al eje jurídico/político. Tratándose de los enfoques vemos que en ambos casos se destaca un enfoque de tipo republicano. Sobre esto

podemos sugerir una lectura de que los conductores televisivos colocan prioritariamente el aspecto del estatus ciudadano en el terreno de derechos y obligaciones, mientras que los dirigentes de los movimientos sociales involucran lo civil, pero acompañado de aspectos de participación social y política de los individuos. Esta postura de *enmarcamiento* (*framing*) de los conductores televisivos se ve reforzada por el eje jurídico/político que encuentra correspondencia con la dimensión civil a la que el dan primacía. En tanto que los dirigentes de los movimientos sociales trasladan su interés al eje de la cultura y la participación social. Esto se explica, en parte, por las propias características de los escenarios en que se desenvuelven cada uno de estos agentes y por las prácticas que desarrollan. Lo interesante es que finalmente el enfoque en que se coloca el *enmarcamiento* (*framing*) de ambos actores es similar, en el sentido de destacar la parte institucional y de participación cívica de las personas.

Estas características se traducen en un perfil de ciudadano construido desde cada *enmarcamiento* (*framing*). Para los movimientos sociales las características fundamentales del ciudadano se relacionan sobre todo con asumir posturas críticas y abarcadoras sobre los asuntos públicos y desarrollar una participación colectiva en busca de justicia y transformaciones sociales. En cambio, para los conductores televisivos el ciudadano que participe en los asuntos de interés general ha de ser culto, educado y respetuoso de la legalidad. Así, mientras que *lo público/ciudadano* es para los dirigentes de los movimientos sociales un escenario de acción para establecimiento, defensa, ampliación de los derechos de los ciudadanos en vías del cambio social; para los conductores de noticieros televisivos es una fuente de información susceptible de ser publicitado, siempre y cuando se respete la legalidad.

Enmarcamiento comunicativo (communicative framing) de símbolos, contra/símbolos y dicotomías. Al nivel de símbolos encontramos que sólo cuatro de los once conductores entrevistados (36.3%) posicionó un símbolo en su *enmarcamiento* (*framing*), en su modalidad de símbolos-objetos (“libros”), símbolos-personas (“luchadores comunitarios y políticos honestos”), símbolos-escenarios (“la ciudad”), símbolo-entidad abstracta (“sociedad activa”) y símbolos-elementos culturales (“identidad”). Paradójicamente ninguno de estos símbolos asociados a una mejor sociedad tapatía es considerado como elementos de publicitación en los noticieros analizados.

Se destaca también la mayor coincidencia se da entre los diferentes movimientos sociales al nivel de símbolos, contra/símbolos y dicotomías, contrariamente a lo que ocurre entre los conductores de los noticieros televisivos. Claro, guardando las debidas proporciones entre dos actores sociales que poseen un carácter distinto. Por ejemplo, entre los dirigentes de movimientos sociales se destacan también objetos con sentido renovado. Mientras que los conductores identifican al “libro” con conocimiento y educación, de parte de los movimientos sociales se considera a la “bicicleta” como un símbolo de otra movilidad, más democrática y amigable. A los “valores” en general y al valor de “honestidad” en particular, reconocido como símbolo por los conductores, los dirigentes de los movimientos sociales asignan una función simbólica (de estructuración cognitiva, sistema de clasificación y creación de una adscripción identitaria), a otro tipo de valores como la “diversidad”, la “convivencia”, “biodiversidad”, la “autoestima” y la “dignidad” (en particular de las mujeres), asociados a un contexto de multiculturalidad. Destaca también la diferencia en que dirigentes de movimientos sociales consideran al “cuerpo” y los “lugares de encuentro *gay*” como micro y *meso* espacios de apropiación simbólica.

Los contra/símbolos enmarcados por los conductores de noticieros fueron la “violencia”, que al mismo tiempo es algo característico de sus notas informativas; “funcionarios”, que son los más publicitados en su espacios informativos; la “mala educación”, que no encuentra su contraparte en una información noticiosa con contenido y tratamiento educativo; “mujer filicida”, descontextualizando socialmente su accionar; “tecnología”, considerada en sí misma como negativa; y “conservadurismo”, desresponsabilizándose como medio de dicho estado, si es que éste existiera tal situación.

Comparativamente, tanto conductores de noticias como dirigentes de movimientos coinciden en enmarcar a la “violencia” como un contra/símbolo. Donde radica su diferencia es en el origen que cada uno de estos agentes le asigna a dicho aspecto. Más allá de lo cual, los dirigentes de movimientos sociales identifican contra/símbolos muy acordes con su postura ideológica y su actuar práctico: “el automóvil”, “el dinero” y el “catecismo católico”.

El *enmarcamiento* (*framing*) de las dicotomías es colocado por los conductores en varios ámbitos: en el de los medios de comunicación, a partir de una dicotomía entre sujetos (periodistas/gobernantes y periodistas/funcionarios) o entre prácticas

(autocensura/libertad de expresión); en el del Estado (políticos ladrones/políticos honestos); en el de la relación sociopolítica (sociedad/funcionarios); en el de la estructura social (pobreza/riqueza); en el del capital cultural acumulado (educación/ignorancia); en el de la relación entre lo emergente y lo residual (tecnología/libro); y en el de la actitud y el método (beligerancia/tolerancia). En tanto, los dirigentes de movimientos sociales identifican las dicotomías (oposiciones lógicas, que operan como antagonismo en la estructura social) en el terreno donde las experimentan en cada sector de intervención: automotor/bicicleta, jóvenes artesanos/vendedores del ayuntamiento, desarrollo sustentable/deterioro ambiental y alimentación orgánica/alimentación industrializada, homosexual/sociedad represiva y discriminatoria, aislamiento/socialización y empoderamiento/des-empoderamiento, por ejemplo.

5.7 Auto/atribuciones de *los medios* y tipificaciones desde los movimientos sociales.

Comparando el *enmarcamiento* (*framing*) de las auto/atribuciones que los conductores de noticieros televisivos entrevistados hacen de los medios de comunicación y las atribuciones tipificadas que sobre estos mismos medios enmarcan los dirigentes de movimientos sociales se encontraron cuestiones como las siguientes. Los conductores, como parte de los medios, los autodefinieron como medios autónomos, con apertura para informar con base en un ejercicio de libertad de expresión, buscando defender la verdad con sustento en hechos y argumentos. Medios que los conductores autocalificaron como imparciales, honestos, respetuosos y entregados; que dan su lugar a todos los actores sociales, pero que tienen el poder, la relevancia e influencia para construir o destruirlos. Medios que sin manejar el sensacionalismo se apoyan en imágenes para fijar el qué y cuánta información transmitir, y cuándo hacerlo, desde la postura de la empresa que se trate. Medios que se auto atribuyeron las funciones de divertir, educar e informar; y que cuentan con la sensibilidad y el compromiso social para contribuir en la formación de una sociedad más informada, lo que dicen, les hace ser medios con credibilidad.

Auto/atribuciones de los dirigentes de los movimientos sociales y tipificación de los medios. Los dirigentes de los movimientos sociales construyen auto/tipificaciones que pueden reconocerse como parte de su *enmarcamiento comunicativo* (*communicative*

framing): se definen como parte del pueblo criminalizado y vulnerable; y como ser resistentes, alternativos, politizados, conscientes, participativos, constructores, congruentes, diversos y con identidad. Por otro lado, y contrariamente a lo dicho por los conductores televisivos, los dirigentes de los movimientos construyeron *enmarcamiento* (*framing*) de los medios bajo criterios que llevaron a considerarlos como medios que responden a intereses económicos y políticos, que los convierte en medios negociantes e interesados en ganar audiencias. Son medios que se mantienen indiferentes ante los problemas de la sociedad, y desarrollan un trato informativo desigual y malintencionado, lo que les conduce a no brindar cobertura informativa sobre los movimientos sociales. De la misma manera, consideraron que son medios que efectúan una manipulación informativa, y que cuando lo hacen crean estereotipos y favorecen un trato denigratorio de los actores de los movimientos sociales. Comparativamente esta es la evaluación de medios y dirigentes.

5.8 La dimensión identitaria de los *enmarcamientos* de conductores y dirigentes.

Podemos reconocer que los *enmarcamientos* (*framing*) son estrategias útiles para construir identidad, tanto para conductores televisivos como para dirigentes de movimientos sociales. Si se parte del presupuesto de que cultura e identidad son conceptos históricamente indisociables (Giménez, 2007), entonces se entenderá que conformar *enmarcamientos* (*framing*) es una modalidad de construir cultura, esto es de repertorios organizados e interiorizados de significaciones compartidos/duraderos/cambiantes, que permiten operativizar una de las funciones de la identidad, que es delimitar fronteras entre el nosotros (conductores o dirigentes) y los otros (dirigentes o conductores) y posibilita el contrastarse entre ellos. Los repertorios de significados culturales necesitan objetivarse para ser reconocidos. Los repertorios compartidos de los conductores televisivos se objetivan en sus noticieros y los de los dirigentes de los movimientos sociales en sus prácticas movilizadoras. Los procesos de enmarcamiento (*framing*) mantienen con las relaciones sociales y la identidad un vínculo recursivo: desde los *enmarcamientos* (*framing*) se construyen tanto la identidad y las relaciones que hace a los *enmarcamientos* (*framing*) y a las relaciones. En este sentido se puede entender que la identidad que se construye desde los noticieros y desde los movimientos se hace desde actores sociales situados, interactivos

que construyen su identidad de manera relacional siempre respecto a los otros, los diferentes a sí mismos, y definiendo proyectivamente lo que quieren ser y conseguir a futuro. Los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) son útiles para esta tarea.

5.9 Una primera lectura interpretativa: razón dominante y razón cosmopolita.

Como señalamos al principio de este trabajo, la razón dominante es aquella que se autoerige como referente legítimo, y exclusivo para entender y vivir el mundo; es un modelo de razón que busca el orden, la linealidad, la dicotomía y la fragmentación, y excluye cualquier otro tipo de razón. En tanto que la razón cosmopolita es un modelo de razón alternativo, contrario al modelo dominante, que se basa en criterios de coexistencia de múltiples totalidades, de visibilización de realidades ausentadas y de extensión del presente y contracción del futuro. Tanto la razón dominante como la cosmopolita se encuentran en la base de los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) de conductores de noticias televisivas y de los dirigentes de los movimientos sociales.

Es así, que una vez realizado este recorrido, podemos destacar la manera en que la visión de razón dominante se encuentra presente en los *enmarcamientos* (*framing*) de los conductores televisivos que conciben a los hechos y sus actores exclusivamente bajo criterios noticiosos y noticiables, desde donde se define lo que, para ellos, es legítimo y lo que no lo es. Desde ahí piensan la realidad bajo premisas de orden informativo-empresarial, actuando en correspondencia con la racionalidad dominante. En el terreno de la temporalidad, los conductores se posicionan desde la idea del tiempo lineal que busca contraer el presente de los hechos para hacer de la realidad, a través de la noticia, un instante huidizo. Todo lo que quede fuera de esta lógica en la práctica es definido como no noticiable. Bajo esta premisa, las expresiones de los movimientos sociales se piensan como anomalía, desorden, como parte desintegrada a la realidad que se construye como acontecimiento noticioso. Los movimientos sociales, para los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) dominantes representan la ignorancia respecto a la lógica de los medios, los tiempos, espacios y recursos noticiosos, por eso son considerados también residuales como objeto de noticia; inferiores a la lógica política dominante y el

propio proyecto dominante, además de improductivos, en la medida que no producen las ganancias en audiencias y en patrocinadores. Las propias dicotomías que establecen los conductores se fundamentan en esa perspectiva dominante de construcción de la noticia. Son dicotomías que se des-historizan. Esto hace que sus componentes aparezcan descontextualizados de las clases, el género, las preferencias sexuales y las bases estructurales de campo y culturales (de disputa simbólica) desde donde emergen. Así, lo que estas dicotomías muestran son las diferencias pero no las bases de su desigualdad real y representada, las cuales quedan invisibilizadas.

Por lo que se pudo observar en los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) realizados por los dirigentes de los movimientos sociales existe un riesgo real de que la razón dominante permee sus construcciones discursivas en tanto que se reconocen tendencias en algunos de sus ellos de buscar oponer a la visión dominante una *visión otra*, con aspiraciones de dominación a la inversa, fundamentada en procesos de *otra razón única*, con des-historización de los medios, los noticieros y las noticias (colocados fuera del tiempo-espacio), y con otras formas de jerarquización que se traduce en exclusión y des-acreditación de los medios (los medios abajo, los movimientos y la autocomunicación de masas/*Facebook*, arriba), sin recorrer el camino de la superación crítica (comprensión crítica de lo propio y lo ajeno). Con lo que podemos reconocer que el intento desde algunos movimientos de establecer una “inexistencia de los medios”, una negación de su importancia, proviene también una tendencia que resulta de una construcción histórico-social, activamente producida.

Otra forma de *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) respecto a los medios y sus noticieros televisivos sería hacerlo desde una razón cosmopolita, con base en una ecología reconstructiva de saberes donde los noticieros televisivos fueran considerados no como “el espacio informativo por antonomasia, sino una totalidad más, en coexistencia con otras totalidades entre las que se encuentren los propios espacios informativos de los movimientos sociales, en su modalidad de auto/comunicación, por ejemplo; y donde el conjunto de noticieros fueran colocados en una lógica de pluralidad, parcialidad, competición equitativa y contextualización. Para lo que se requiere condiciones históricas diferentes a las actuales.

Desde este otro tipo de razón es que los movimientos sociales tendrían la tarea inicial, pendiente aún, de identificar, en el campo de la información, el conjunto de condiciones y lógicas, que hacen que los medios y los noticieros televisivos constriñan las experiencias sociales, colocando fuera aquellas representadas por los movimientos de mujeres, homosexuales, ecologistas, trabajadores de la cultura y de ciertos sectores, que aspiran a una ciudad más amable y a una vida más justa y libre. Esta tarea también implicaría confrontar las experiencias propias en el terreno de la comunicación, con las formas de comunicación hegemónicas, identificando sus semejanzas y diferencias respecto a ellas, además de repetir esta labor con otras formas de comunicación igualmente alternativas⁶.

Sobre esta base, esta tarea se extendería a la de construir estrategias que favorecieran otros criterios de validez informativa, donde se muestre que otras modalidades de información noticiosa no solamente son posibles, sino también históricamente necesarias, como horizontes futuros plurales y utópicamente concretos, que se construyen en el presente, desde dentro y desde fuera de los medios.

Estas otras maneras de construir y difundir información serían alternativas no sólo por los medios que se utilicen, sino por los procesos de *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) que involucre para la selección de hechos, los criterios de noticiabilidad en su selección, y la producción y la difusión de las noticias. Estas alternativas informativas mediáticas abrirían la posibilidad de reconocer otras experiencias, saberes y creencias, diferentes pero colocadas en condiciones de igualdad, y que se constituyan en anticipaciones de otras formas de convivencia social, con existencia real o con potencialidades por germinar. Estas *otras* formas de información serían una manifestación de una ecología de las productividades y difusiones noticiosas con base en criterios de solidaridad, democracia, sustentabilidad, equidad y pluralidad. Y aunque ya existan otras experiencias en marcha, sobre todo en radios comunitarias en México, lo cierto es que en televisión todavía está por construirse un proyecto con estas características. No se trata sólo de buenos deseos, sino de construir las condiciones en el campo de la información para modificar las relaciones de fuerza a favor de los movimientos sociales,

⁶ Plantea Bourdieu lo siguiente: “Las estrategias más eficaces son las que llevan a la mayoría silenciosa a descubrir y a mostrar su fuerza colectiva a través de acciones relativamente banales y poco arriesgadas, pero que producirán un inmenso efecto simbólico, en primer lugar, en aquellos que las llevan a cabo y también en aquellos contra quienes van dirigidas, si se llevan a cabo a la vez por un gran número de personas puestas de acuerdo” (2002:391).

que sólo puede hacerse, entre otras cosas, con nuevos *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*), distintos a los de la racionalidad dominante, pero también diferentes a los que orientan las acciones de los actuales movimientos sociales.

Después de haber hecho este recorrido investigativo fue necesario desarrollar la tarea de identificar lo descubierto y de formular las reflexiones que se han construido a partir de la inmersión en esta realidad de estudio.

Capítulo 6. Discusión final. Puntos de llegada y nuevas rutas de partida.

“La aspiración última es demasiado humana, una aspiración que designo por normalidad avanzada: la aspiración de vivir en tiempos, normales, o sea, tiempos cuya normalidad no derive, como sucede ahora, de la naturalización de la anormalidad”
(Boaventura Santos).

El cierre de un recorrido siempre es parcial, porque es conclusión al mismo tiempo que inicio. En este apartado del trabajo presentamos las reflexiones que se desprendieron del conjunto de esta investigación. Aquí se busca mostrar el significado de las aproximaciones realizadas, los hallazgos concretados y las nuevas rutas que se abren a partir de este arribo. No son palabras de verdad definitiva, sino consideraciones que sistemáticamente se han tratado de recuperar buscando ponerlas en un escenario de diálogo, de certezas parciales y relativas, y de una vastedad de incertidumbres que convocan a otros esfuerzos investigativos.

Aspectos que se abordan en esta discusión final son las reflexiones que resultan respecto a la manera en que teórica y metodológicamente se planteó esta investigación, y hallazgos y reflexiones finales generales sobre los noticieros televisivos, los conductores televisivos y los movimientos sociales locales; sobre la disputa en la construcción de *lo público/ciudadano*; la visibilización/invisibilización de *lo público/ciudadano* en los *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)*; y el papel de los noticieros y movimientos sociales en la construcción y des-construcción de la esfera pública. También consideramos reflexiones finales sobre la construcción y la forma de operación de dichos *enmarcamientos (communicative framing)*; la relación entre movimientos y noticieros; y la construcción recursiva que se desarrolla a partir de esta disputa sobre *lo público/ciudadano*. Además de esbozar una visión proyectiva sobre una construcción noticiosa diferente; y una ciudadanía comunicativa posible y necesaria.

6.1 Hallazgos y reflexiones sobre el nivel teórico-metodológico del estudio.

Fue importante seleccionar una problemática de investigación desde la que se enfocaron aspectos de la realidad procedentes de diferentes esferas de la realidad articulados en un solo objeto de estudio. Lo que justificó el uso, inicial, de un tratamiento

multidisciplinar y la aproximación a un abordaje interdisciplinar, manteniendo en todo momento a la comunicación como eje fundamental de estructuración de la mirada analítica crítica.

Resultó conveniente el haber puesto acento en la definición de una epistemología de carácter cosmopolita, como una forma de fundamentación crítica a la epistemología de la razón dominante en este tipo de estudios, lo que permitió superar las visiones dicotómicas, de temporalidad lineal, de escala única, de instrumentalismo y de racionalidad económica. Esto fue importante porque marcó la pauta para la toma de postura teórica, con la que se consiguió trabajar en el “límite” entre una postura estructuralista y construccionista. En este terreno fue esencial la decisión de construir un objeto teórico basado en una triada de perspectivas: la sociología reflexiva, la sociología interpretativa y los estudios socioculturales. El contar con una base teórica como ésta, permitió dar un manejo dialéctico a las relaciones entre estructura e intersubjetividad; el poder hacer una construcción de categorías analíticas pertinentes al estudio; y el dimensionar el peso de la comunicación como enfoque rector en el trabajo.

La dimensión comunicativa del estudio se diseñó desde una perspectiva que partió del presupuesto de que no es el objeto de estudio en sí mismo el que le otorga el carácter comunicativo a una investigación, sino que esto resulta de un tratamiento comunicativo a lo largo del conjunto del proceso. Fue así que en este trabajo la comunicación se entendió como un eje analítico que permitió permear el conjunto de aproximaciones a *lo público/ciudadano*, a los noticieros televisivos y a los movimientos sociales. Lo comunicativo se entendió en su articulación de elementos, fases y niveles. Cada componente particular se consideró en su punto de articulación total con los otros. Entonces no fue un estudio de las noticias (mensaje), ni de los conductores (emisores), ni de las audiencias en movimiento (receptores), ni de la televisión (medio) o los noticieros (formato), sino una investigación que incorporó de manera articulada el conjunto de estos elementos en su mutua determinación.

Como resultado de los avances del trabajo de conceptualización y de aproximación empírica a la realidad de estudio, fue que se construyó la formulación de *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*), desde la cual pretendimos dar cuenta de la incorporación en su modalidad de síntesis conceptual de la dimensión contextual y

cognitiva de los procesos de enmarcamiento (*framing*) y de la ubicación de este proceso en el terreno de la comunicación al nivel de los conductores televisivos y las noticias transmitidas, y de los dirigentes de movimientos sociales. En esta tarea fue fundamental recuperar el concepto de *habitus* proporcionado por las reflexiones de Pierre Bourdieu. En el concepto de *enmarcamiento* (*framing*) encontramos una vía de recuperación operacional del planteamiento de los dispositivos realizado por dicho autor.

El propio objeto teórico que se construyó, posibilitó la realización de trazos para diseñar recorridos metodológicos específicos, que dieron respuesta a las exigencias que puntualmente fue planteando la investigación. No existió a lo largo del trabajo una sola aproximación lineal al objeto de estudio, sino más bien aproximaciones desiguales y combinadas, que fueron las que favorecieron acercamientos, distanciamientos y regresos cualitativos a la comprensión de las interrogantes planteadas por la realidad de estudio y a la búsqueda de sus respuestas. Y esto no fue sólo resultado de procesos lógicos inmanentes, sino también resultado en las modificaciones dinámicas operadas de manera objetiva en los aspectos de la realidad estudiada.

En el estudio la contextualización se entendió no como un marco general externo a los elementos de la realidad de estudio, sino como dimensión presente en ella. Esto permitió reconocer la presencia de lo general (el contexto) en lo particular (el objeto de estudio) y la manera en que éste da cuerpo al contexto, como proceso dialécticamente construido. Pero la contextualización no se entendió solamente como ubicaciones lógico-metodológicas de los componentes de la investigación, sino como un proceso enraizado y justificado por la misma historicidad que caracteriza a los diferentes aspectos contemplados como realidad de estudio. De esta forma las globalizaciones no aparecieron como procesos externos a fenómenos locales como los contenidos de los noticieros televisivos; ni las manifestaciones sociales ocurridas internacionalmente se mostraron sólo como acompañantes de las acciones de los movimientos sociales locales.

Concluimos, asimismo, que *lo público/ciudadano* fue una formulación que cumplió la función de ser una eje articulador del conjunto de la investigación, Esta función la pudo cumplir en la medida que se logró superar la relación dicotómica a partir de la cual se le ha vinculado tradicionalmente a *lo privado*, y con esta medida se abrió la posibilidad de pensar ambas dimensiones bajo criterio fronterizo, de límite. Sobre esta base, se pudo también

trabajar *lo público* en su relación con *lo ciudadano*, y esta dimensión con los contenidos noticiosos televisivos y los propósitos y carácter de la acción de los movimientos sociales. Sobre la base de *lo público/ciudadano*, entendido de esta manera, fue también posible identificar el sentido construido desde los *marcos*, los *procesos de enmarcamiento (framing)* y los sentidos comunicativos de los *enmarcamientos (framing)*.

6.2 Hallazgos y reflexiones finales sobre los noticieros televisivos.

En esta investigación, uno de los aspectos a los que se otorgó importancia fue a los noticieros televisivos, en tanto referente empírico fundamental. Un primer hallazgo en este terreno consistió en reafirmar que la televisión, dadas sus diferentes plataformas, diversificación, descentralización, potencia de transmisión, y el consumo por las audiencias, sigue siendo el principal medio de comunicación informativo en la sociedad tapatía.

La relevancia de la televisión posibilita que cada vez se destaque más el que esta sociedad comience a observarse a través de la pantalla televisiva, de sus lenguajes, formatos y narrativas. Paralelamente, lo que se entendía por *lo privado* y *lo público* comienza a reconfigurarse. A través del manejo informativo que se les otorga, ya no se pueden asociar de manera sencilla con determinados lugares, acciones o personajes. La televisión se ha encargado de mover las fronteras tradicionales que asociaban *lo público* con lo visible y colectivo, y *lo privado* con lo íntimo y doméstico.

Pero aún esta auto-observación que desarrolla la sociedad a través de la pantalla televisiva enfrenta varios problemas. La televisión no permite un real reconocimiento de la sociedad a través de lo que proyecta, porque lo que se presenta en ella no es la realidad, sino una representación simbólica que se hace de lo social, de lo público, de lo ciudadano, desde una posición estructural, discursiva, con intereses específicos de tipo material, económico e ideológico de los agentes dominantes en el campo mediático-informativo. Por otro lado, la publicitación de los asuntos privados trata de persuadir a la sociedad que está conociéndose, cuando en realidad la visibilización de lo social-privado sólo se puede conseguir viendo lo que se tiene frente a sí, pero ensayando otra mirada. Entonces, “(...) lo

íntimo consiste, no en descubrir cosas ocultas, sino en ver de otro modo las cosas visibles” (Mehl, 1997: 102).

A esto se puede agregar que las televisoras comerciales y estatales cada vez tienden a parecerse más. Como se ha podido destacar en esta investigación, en condiciones de competencia aguda, la homogeneidad es el rasgo más notable del comportamiento programático de la televisión. Esta homogeneidad se refleja en la reducción del número de géneros utilizados, pero también en una tendencia generalizada a la espectacularización, lo que se hace que se diluyan las fronteras entre los géneros. Con esto, todo acaba siendo un espectáculo; las emociones se colocan por encima de las acciones, con lo que las televisiones se tiñen de amarillo y rosa (Moragas y Prado, 2007).

En este marco, se puede decir que los noticieros televisivos estudiados se han constituido en centro de flujos comunicativos, que son uno de los fundamentos conectivos de la actual sociedad mediatizada de redes y de poder que desde ellas se ejerce. Su existencia aparece como una necesidad socio/comunicativa en la medida que se constituyen en escenarios de presentación de la información local, que es la más próxima a la experiencia de las audiencias televisivas.

Particularmente los noticieros televisivos se han constituido en escenarios políticos, en la medida que establecen reglas y dispositivos que buscan influir y regular las acciones, las interacciones y las representaciones simbólicas de las audiencias televisivas. Considerando que *lo público* se configura por aquellos asuntos que son de interés colectivo, entonces, publicar información posee ya una exigencia de servicio público, que va más allá del carácter privado o público/estatal del medio noticioso, y se constituye en un asunto político.

Además, cabe destacar que a pesar de que estos noticieros comparten contextos estructurales generales, cada cual se manifiesta situacionalmente posicionado de manera determinada en el campo de la información mediática, sobre todo por la posición social alcanzada dada la acumulación de fuerzas alcanzada por los tipos y montos de capital conquistados, sobre todo capital económico, político e informativo-simbólico, y por el lugar que ocupa dentro de las redes de comunicación de medios a nivel nacional o local (Televisa, TV Azteca y SJRYT), y por su política institucional y editorial, desde donde define lo que son acontecimientos noticiables, lo que debe ser su postura respecto a los

poderes fácticos como los que representan el grupo de la Universidad de Guadalajara, el Arzobispado de Guadalajara, los empresarios y los grupos dentro del gobierno, y lo que, en estos contextos, deben ser sus mensajes a las audiencias en estos contextos.

Por otro lado, se identificó que el manejo informativo que se desarrolla desde las televisoras estatales y comerciales, tiene en común la fragmentación de los hechos que dan a conocer. Además de que utilizan datos de referencia que no pertenecen al objeto de la información, ni son pertinentes a éste, dado que carecen de la transparencia y la consistencia que se requiere para convertirla en una información que favorezca la comunicación. Entonces, los noticieros no sólo ocultan acontecimientos, sino también obnubilan los *enmarcamientos (framing)* que se encuentran detrás de las construcciones noticiosas que realizan desde su postura de poder.

En este sentido, se puede reconocer que las noticias que se proyectan en los espacios informativos estudiados, en la mayoría de los casos no corresponde a la realidad, además de que expresan evidencias de ser narrativas que resultan de una construcción social realizada desde escenarios de aguda competencia mercantil y disputa por las audiencias. Son narrativas que se construyen desde instituciones empresariales con métodos, rutinas, niveles organizacionales particulares y desde intereses económicos, políticos e ideológicos. Narrativas en que se usan determinado tipo de lenguajes y formatos, y se legitiman ciertas representaciones simbólicas, sobre lo que acontece en la sociedad tapatía, al mismo tiempo que se deslegitiman otras, invisibilizándolas, excluyéndolas o des/acreditándolas.

El conjunto de estos elementos son los que definen las características de los *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* que se construye desde los diversos canales de televisión tapatía. De la misma manera, esto determina el tipo de noticias que presentan, el carácter y orden secuencial que se les asigna; la importancia de que se les dotan por su número, presencia y tratamiento referencial; los sujetos y las instituciones que publicitan y visibilizan; y los contenidos dimensionales con que se les construyen. De ahí que destaque la ausencia de noticieros televisivos como generadores de una información comunicativa verdadera, que haga uso de datos de referencia objetivos, significativos y válidos.

6.3 Hallazgos y reflexiones sobre los conductores televisivos.

Por otro lado, a través de esta investigación recuperamos el hecho de que los conductores televisivos motivo de estudio son agentes sociales detentadores de poder simbólico-informativo en el campo de la información mediática, que inciden activamente en la construcción de *enmarcamientos (framing)* sobre los asuntos *públicos/ ciudadanos*. Son conductores que como profesionales se encuentran legitimados, como legitimada está su función informativa. Conductores cuya labor no es la de ser simples transmisores de noticias ya construidas, sino actuar como creadores activos de ideas, creencias y significaciones, que llevan a la construcción de *marcos* sobre otros *marcos*, ya avizorados en la producción noticiosa. Con esto, los conductores de noticieros televisivos configuran *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* que responden a los criterios dominantes en el campo informativo noticioso-mediático, desde donde posibilitan determinadas lecturas del mundo y acciones prácticas privadas y públicas en las audiencias televisivas.

Además, se pudo constatar que las prácticas de los conductores de noticias televisivas van orientadas por dispositivos adquiridos a lo largo de su trayecto de vida, y que en tanto *habitus* se objetivan en sus prácticas, incluidas las de conducción televisiva, que se ajustan a su lucha en el campo informativo noticioso. De donde se puede reconocer que el trabajo de conducción no sólo resulta de las condiciones objetivas marcadas por el campo, sino también por los aspectos subjetivos representadas por los dispositivos interiorizados.

Por otro lado, los conductores de noticieros buscan mostrar ciertos grados de sensibilidad ante las dificultades de pobreza, marginación, desigualdad, injusticias y deterioro ambiental que padece la mayoría de la población. Sin embargo, esta preocupación declarativa, no se acompaña de una decisión de incluir estas problemáticas en su agenda de noticias. Su interés fundamental es presentar lo que es noticiable porque es vendible, lo que atrae al televidente, lo que permite que este asuma los *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* de la televisión como la única manera de ver y actuar en el mundo. Así, se puede reconocer que en ambos noticieros *lo público/ciudadano* se subordina al conjunto, a los intereses comerciales: se publicita *lo privado* y se privatiza/invisibiliza *lo*

público. En este sentido, los noticieros televisivos locales cumplen una función informativa dominante y de poder, en la medida que cuentan con recursos, espacios, formatos y lenguaje que les permiten producir y reproducir sus intereses materiales/económicos, su poder simbólico, y construir su legitimidad. De esta manera, hacen pasar los asuntos públicos por el filtro de su tratamiento, para producir y reproducir las relaciones de poder y los enmarcamientos (*framing*) que favorecen sus intereses empresariales privados (Televisa y TV Azteca) y de gobierno (C7). Con lo que se infiere que todo esto incide en la toma de decisiones, in-decisiones, apatía o desinterés que los ciudadanos pudieran asumir sobre los asuntos públicos.

Fue así, que a través de la investigación encontramos que los conductores de los noticieros son agentes de un poder que se origina antes de la misma función de conducción. En complicidad con las audiencias, los medios construyen consensos en formas de pautas de comportamiento social. Sobre esta base se erigen figuras que, en su persona, objetivan dichos ordenamientos (Villasante, 2006). Entonces, los conductores son uno de esos tipos de figuras construidas que sirven para producir *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*), desde donde se reproducen estructuras formales de poder. El conductor del noticiero posee el monopolio de la información y de la expresión. Aunque en todo momento busque aparecer distanciado de intereses de poder, lo cierto es que nunca es objetivo ni técnicamente neutral.

6.4 Hallazgos y reflexiones sobre movimientos sociales locales.

Pudo constatarse que aunque el origen de los movimientos sociales estudiados es variado en tiempo, sector de intervención, ubicación y propósitos, sin embargo, tienen en común que en su diversidad resultan de tensiones presentes en una o varios de los campos que configuran la estructura social: Tianguis Cultural, por la ausencia de espacios para la interacción cultural; GDL en Bici, ante la falta de alternativas de una vialidad urbana amigable para el ciclista y el peatón; CRECE, por la carencia de políticas sociales y de género que atendieran las necesidades de las mujeres de ciertas colonias pobres; Colega, a raíz de la inexistencia de políticas públicas suficientes para el reconocimiento de los derechos de los homosexuales; CEJ, ante la ausencia de una política ambientalista

sustentable; CIC, como respuesta a una coyuntura abierta por la implementación de una política oficial.

Se notó que estos movimientos sociales también tienen en común que su surgimiento se vio favorecido por la presencia y voluntad de individuos dispuestos a organizarse a partir de una problemática concreta. Otras características son que su radio de influencia sigue siendo, sobre todo, sectorial y poco convencional; sus planteamientos monotemáticos, y su política coyuntural.

Se pudo identificar que estos movimientos comparten entre sí, que el conjunto de sus objetivos y acciones son de carácter colectivo, aunque también marcados por intenciones de emancipación personal. En su seno se localizan procesos donde se entrecruzan intereses muy individuales y necesidades de pertenencia a grupos a partir de la identidad. No es uno el que antecede al otro. En cada movimiento, y en cada uno de sus integrantes, las tensiones entre lo personal y lo colectivo adoptan expresiones particulares en formas, dinámicas y ritmos de construcción.

Se observó que las demandas de cada uno de los movimientos responden a necesidades y perspectivas concretas; y, además, dependiendo del grado de maduración alcanzado por cada uno de ellos es que dichas demandas se presentan en su modalidad de resistencia o de propuesta alternativa.

Organizativamente, se identificó en los movimientos un esfuerzo por estructurarse de manera horizontal, descentralizada y formando redes. Aunque en cada agrupamiento estos propósitos se entrecruzan, en la práctica, con rasgos autoritarios y jerárquicos. Por ejemplo, estos movimientos se plantean construir una democracia participativa, pero al mismo tiempo, siguen desarrollando prácticas antidemocráticas en su funcionamiento interior y en relación a otros agrupamientos.

Adicionalmente se identificó que se desarrollan procesos singulares y desiguales de institucionalización de estos movimientos. Por ejemplo, en los movimientos estudiados, el haberse constituido en Asociación Civil, aparece como una forma expresiva del grado y la modalidad de institucionalización alcanzada.

Se encontró que, al igual que los conductores televisivos, los dirigentes de los movimientos sociales cuentan con *habitus* que en forma de disposiciones cognitivas aprendidas se hacen presentes en sus prácticas críticas y movilizadoras, que refuerzan sus

posturas de acción en el campo de lucha. No son *habitus* únicos sino, más bien, diversos, pero unificados en torno a la identificación de un problema y un enemigo reconocido como común, objetivos de lucha y estrategias y formas de participación compartidas. Por otro lado, se pudo destacar que el conjunto de dirigentes de movimientos sociales entrevistados otorgan importancia a ciertos valores que operan como sus principios guía de su actuación, donde resaltan la identidad, la democracia directa y participativa, la solidaridad, el pluralismo y la ciudadanía.

Apareció también la diferencia en la manera en que los distintos movimientos enmarcan su relación respecto a la política y sus instituciones (Estado, gobierno, secretarías, dependencias) y respecto a las estructuras sociales. Se pudo identificar una tendencia hacia la politización de su intervención, pero no fue posible reconocer una postura de desestatización de la concepción de poder. Es así que como movimientos mantienen su distancia política y organizativa hacia los partidos (PRI, PAN, PRD, PT), y respecto al Gobierno y la institución estatal como tal. La mayoría de los movimientos se plantea respecto al gobierno y al Estado una relación de presión o de colaboración. Esto explica el por qué algunos de ellos centran sus intereses políticos en la obtención de recursos económicos y materiales, y que, en la mayoría de los casos, ninguno se plantea la necesidad de una transformación estructural anticapitalista, sino más bien coexistir con las condiciones actuales y sus gobiernos. Esto también les lleva a mantener el concepto de ciudadanía dentro de los marcos jurídicos establecidos por el propio Estado.

Podemos agregar que en este estudio, y bajo una lógica de análisis alejado de dicotomías, se pudo rescatar la forma en que los movimientos sociales analizados construyen *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) donde combinan lo racional-lógico-planeado con lo subjetivo-impulsivo-espontáneo, dando como resultado expresiones de enmarcamientos (*framing*) configurados por racionalidades subjetivizadas y subjetividades racionalizadas. Así, se confirmó en el estudio, que los distintos movimientos locales construyen diversos *enmarcamientos* (*framing*), que han posibilitado el desarrollo de otras formas de subjetividad. Desde ahí es donde se establecen las delimitaciones de problemas, protagonistas, antagonistas, símbolos, contra/símbolos, valores, pronósticos y alternativas para superarlas, a partir de los cuales definen tácticas, estrategias (en algunos

casos), métodos, formas de acción y relaciones diferenciadas con otros movimientos, y con los medios de comunicación.

Por su presencia y accionar estos movimientos sociales han favorecido la organización y la participación social de los sectores donde intervienen: construyendo ciudadanía, formando identidad e incorporado otras formas de participación, comunicación y vinculación con otros movimientos y organizaciones.

En los casos analizados, la mayoría de las acciones de los movimientos son defensivas y se desarrollan tanto dentro como fuera de las instituciones tradicionales (gobierno, iglesia, medios, v. gr.). De la misma forma se destaca que, sobre todo aquellos movimientos más jóvenes en trayectoria y composición, tienden a utilizar formas más innovadoras y creativas para manifestarse.

De la misma manera, se encontró que sería poco atinado intentar caracterizar a los movimientos analizados como nuevos o viejos movimientos sociales, porque eso significaría colocar el enfoque bajo criterios de dicotomía y no de multi/temporalidad. Se pudo conocer que las temporalidades al interior de un solo movimiento pueden ser combinadas: “viejos recursos” (propaganda), se combinan con “nuevos medios” (internet), “viejas experiencias” con “nuevas experiencias”, “viejas demandas” con “nuevas formas de lucha”, por poner sólo algunos ejemplos.

También concluimos que analíticamente es incorrecto establecer una dicotomía entre clase-grupo para definir la composición de un movimiento: todos los integrantes de un movimiento social estructuralmente forman parte de alguna clase social, al mismo tiempo que pueden pertenecer a un grupo social definido por su género, edad, etnia, creencias o preferencias sexuales, identificarse como tal y actuar con base en tal identificación. Esto se trasluce en el tipo de *enmarcamientos (framing)* que construyen.

En el campo de la comunicación mediática, los movimientos sociales aparecen como los agentes sociales dominados y en resistencia respecto a los noticieros televisivos. Se muestran como movimientos con su propio poder en el terreno del espacio público, que es un contra-poder respecto a los medios y sus noticieros. Sin embargo, encontramos que a pesar de estas circunstancias, sólo uno de los dirigentes entrevistados, el del CEJ, mantiene una preocupación por la relación que los movimientos deben establecer con los medios de comunicación, y en particular con los noticieros televisivos. Los restantes dirigentes

mostraron su rechazo hacia los medios, además de que no consideran necesario definir estrategias que les permita visibilizarse en estos espacios informativos. En contraparte, reconocen el uso que hacen de internet para autogenerar y auto/dirigir sus mensajes, y autoseleccionar a sus destinatarios dentro de la redes de su organización o con otras redes locales y/o globales, procurando conectarlos e incluirlos, en lo que se pueden considerar procesos de auto/comunicación de masas. Sin embargo, los movimientos sociales estudiados no han llegado a desarrollar aún toda la capacidad que se requiere para desafiar informativamente al poder hegemónico mediático, con otro tipo de *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) que opere como capital simbólico acumulado, y con acciones que posibiliten modificar la actual relación de fuerzas desventajosa que mantienen respecto a los noticieros televisivos dentro del campo de la comunicación mediática.

6.5 Hallazgos y reflexiones sobre la construcción en disputa de *lo público/ciudadano*.

Se pudo reconocer que, en el campo de la información mediática, actualmente se desarrolla una disputa por la definición legítima de *lo público/ciudadano*, la cual es al mismo tiempo una lucha ideológica, cultural, política, social y comunicativa, de carácter desigual. A través de este estudio indagamos la manera en que esta batalla se desarrolla entre dos tipos de agentes: los conductores de noticieros de la televisión comercial y del canal estatal de Jalisco (C7), los dirigentes de los movimientos sociales. En este sentido, tanto los noticieros televisivos como los movimientos sociales cumplen una función eminentemente política en la medida que buscan visibilizar, y en otro caso invisibilizar los asuntos públicos a través de la construcción de *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) y prácticas, haciendo uso, cada cual, desde sus propios tiempos, escenarios, formas y recursos singulares.

El estudio da cuenta que básicamente cada uno de estos agentes responde a lógicas distintas en los procesos de construcción práctica de *lo público/ciudadano* y de su significación. Esta disputa se desarrolla entre agentes que se desenvuelven en dos escenarios fundamentales, como espacios sociales de realización: los conductores a través de los espacios noticiosos televisivos haciendo uso del poder del formato televisivo, de las

imágenes, de los recursos técnicos y de la cobertura de señal, que les permite difundir sus puntos de vista de manera amplia; los dirigentes de los movimientos sociales desde los escenarios callejeros y los espacios de organización propios, con sus métodos de acción directa e innovadora.

En cada uno de sus espacios estos agentes han construido sus propios *enmarcamientos (framing)* de *lo público* y *lo ciudadano*, además de desarrollar acciones correspondientes a esa visión. Las prácticas de los conductores son transmitir noticias desde su propia perspectiva y, a partir de ellas buscar dar sentido a estas problemáticas. Las prácticas privilegiadas de los dirigentes sociales son el movilizarse e intentar visibilizar su lucha, objetivos y propuestas mediante sus propios medios, buscando generar otros sentidos. Así es como el campo mediático y el campo público-social, aunque diferentes campos de actuación, aparecen en interfaz. Los agentes (conductores y dirigentes) no siempre tienen conciencia de este punto de contacto.

Tanto movimientos sociales como televisoras parten de *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* diferentes y expresan distintas encuadres sobre lo que debe entenderse por *lo público* y por *lo ciudadano*. Se pudo ver, así, que en los noticieros de la televisión privada local el manejo de *lo público* se asocia con lo político/gubernamental/oficial, como acciones de gobernantes y funcionarios. En el mejor de los casos, *lo público* se presenta como la relación entre audiencias y gobierno. Particularmente en el noticiero *Enfoques (C7)* de la televisión estatal de Jalisco, *lo público* se subordina a lo gubernamental, a través de la publicitación de agentes e instituciones articuladas al poder, a quienes se presenta como portadores de los asuntos de interés público y de la práctica *pública/ciudadana*. Desde los conductores de noticieros televisivos se piensa *lo ciudadano* como un binomio jurídico de derechos y responsabilidades de las audiencias en relación a los problemas que se enfrenta cotidianamente en la ciudad. Se destaca que en ningún momento los conductores entrevistados asociaron a la ciudadanía con derechos sociales como el contar con vivienda digna, salud y educación de calidad. Tampoco piensan la ciudadanía en función de diversidad cultural de grupos y comunidades.

Así, un hallazgo más en este estudio fue el identificar que hasta el momento han sido los noticieros televisivos los que han marcado a través de su agenda noticiosa lo que debe considerarse como de *interés público*. Los propios medios de comunicación, y en

particular los noticieros televisivos, tienden a retomar *lo público* visibilizado desde esos escenarios, buscando imprimirles su marca de espectacularidad y haciéndolos comercialmente funcionales e ideológicamente asimilables. Particularmente, el tratamiento que se le otorga a las noticias, combina la información con la valoración. La subjetividad incorporada resulta de la toma de postura abierta del presentador de la nota o del propio manejo noticioso que se hace de textos, imágenes y secuencias. De esta forma se pudo constatar que los actores sociales que producen y transmiten los noticieros televisivos saben que cuentan con el poder para difundir información y establecer agendas de asuntos públicos. Sin embargo, sus conductores, reporteros y directores de noticia, mantienen un discurso formal que les lleva a auto/ubicarse como simples mediadores entre autoridades y televidentes, cuando en realidad, desde el manejo noticioso puede reconocerse la función protagónica que asumen ante un hecho desde donde valoran, adjetivan, explican, enjuician y aprueban o condenan a sus actores.

Contrariamente, como se puede ver a lo largo de este trabajo, los movimientos sociales tienden a enmarcar *lo público* como lo colectivo, lo de todos, lo de la ciudad, lo del grupo o sector de intervención, lo que tiene que visibilizarse, mostrarse, transparentarse, lo que debe beneficiar a la mayoría. El método privilegiado de los movimientos para visibilizar los asuntos *públicos/ciudadanos* es utilizar la acción directa, mediante la movilización de recursos humanos y materiales que, aunque limitados, se caracterizan por ser sorprendidos y creativos. En términos de Martín-Barbero (2004), es a través de acciones callejeras desde donde los movimientos sociales procuran una potenciación de *lo público/ciudadano* como espacio, como búsqueda de colectividad, de pertenencia y como posibilidad de presencia de la imaginación ciudadana. Los movimientos sociales se constituyen, así, en agentes constructores de espacios públicos en la medida que favorecen escenarios de interacción social, de comunicación política, de formación de agenda temática, de interpelación de las instituciones, de coexistencia de manifestaciones diversas y de busca de acuerdos para desarrollar acciones en beneficio de la colectividad.

Estos mismos movimientos enmarcan *lo ciudadano* a partir de sus experiencias de sector de intervención. De donde resulta una diversidad de *enmarcamientos (framing)* sobre la ciudadanía (civil, cultural, social y política), dependiendo del grado de desarrollo y tipo de conquistas de derechos alcanzados en cada caso. Se destaca, asimismo, que la visión

más acabada, abarcadora y compleja la han construido aquellos dirigentes sociales que han acumulado más experiencia en la lucha. En contraste, los dirigentes de movimientos más recientes mantienen una visión mayormente parcial y fragmentada de la ciudadanía, centrada sobre todo en la exigencia de derechos civiles elementales.

Se pudo observar que, aunque con argumentos diferentes, tanto los conductores televisivos como los dirigentes de los movimientos sociales coinciden en señalar la debilidad de la participación ciudadana en los asuntos de interés colectivo. Este hecho debería reflexionarse considerando diferentes variables: el desencanto ante la política implementada durante estos años por las diferentes administraciones de gobiernos panistas en la entidad (Alberto Cárdenas, Francisco Ramírez Acuña y Emilio González Márquez), y antes por los gobiernos priístas; la limitada y localizada tradición de participación que ha existido en la entidad; la cultura del miedo que ha venido permeando a la población ante la inseguridad social y la desconfianza creciente hacia las instituciones tradicionales; la parálisis generada desde los medios de comunicación, sobre todo la televisión y sus noticieros, con sus emisiones informativas sesgadas y con muestras evidentes de búsqueda de beneficios políticos y económicos; lo poco atractivo que resulta para la mayoría el involucrarse activamente en organizaciones, movimientos y acciones sociales colectivas que vayan más allá de la participación coyuntural y localizada; la carencia de recursos materiales y económicos para sustentar la participación; la carencia de tiempo para dedicarle a la participación; y la reducción que la mayoría de la población hace de la participación política a la simple participación electoral.

A partir del estudio, queda claro que la información noticiosa es fundamental para dar a conocer asuntos de interés colectivo, generar opinión, favorecer diálogos y debates sobre estos mismos asuntos, y procurar acuerdos democráticos, incluyentes y participativos. Sin embargo, las consecuencias del tratamiento noticioso que se hace desde los noticieros locales son la despolitización de la información y de las audiencias noticiosas. De parte de los dirigentes sociales, identificamos un rechazo a las noticias, a los noticieros, a la televisión y a los medios tradicionales mismos, bajo el argumento de la ausencia de los problemas fundamentales de la sociedad tapatía en los espacios noticiosos.

Esto hace necesaria la presencia de una televisión y unos noticieros televisivos con información incluyente, donde los protagonistas sean los ciudadanos como hacedores,

fiscalizadores y controladores de lo que se difunda en la pantalla. En esas condiciones la disputa entre medios y movimientos y ciudadanos no es ya por solamente definir qué es *lo público/ciudadano* sino además por las implicaciones práctico/políticas que generan estas nociones, y la reconfiguración que se operaría en los propios *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) a partir del despliegue de otras prácticas de las agentes en este campo de lucha.

6.6 Hallazgos y reflexiones sobre la visibilización/invisibilización de *lo público/ciudadano*, en los *enmarcamientos comunicativos*. (*communicative framing*).

Los contextos de centralidad mediática crean las condiciones para que las televisoras privadas y la televisora estatal jalisciense, a partir de la información que proporcionan, cumplan una función fundamental en la generación de *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) sobre *lo público/ciudadano*. Pero no sólo eso. También configuran, dan forma a sus opiniones como *marcos*, bajo criterios de razón instrumental mediática, que opera en función de ganancias, espectacularidad, instantaneidad y búsqueda de legitimidad. Son estos criterios los que han prevalecido, y que han hecho que desde los noticieros locales se desarrolle una lógica de exclusión/marginación/invisibilización televisivo-noticiosa de aquellos sujetos considerados como marginales o subversivos, que al no considerárseles noticiables o políticamente provechosos, se les ausenta de las pantallas o se les proyecta bajo criterios de estigmatización: como víctimas, delincuentes o sujetos pasivos de beneficencia de políticas públicas del gobierno. Varias son las razones que explican esta situación: aspectos como la búsqueda de la maximización de ganancias, los acuerdos tácitos con poderes fácticos (empresariales, políticos y religiosos) y la dependencia financiera, institucional, política e ideológica del canal público respecto al gobierno, se convierten en uno de los principales obstáculos para generar noticieros con calidad informativa pública. Estos elementos se constituyen en mediaciones que inciden en la significación que adopta *lo público* y *lo ciudadano* en los noticieros televisivos.

Fue así que se pudo identificar que tanto la visibilización como la invisibilización de agentes sociales y acontecimientos relacionados con *lo público/ciudadano*, sí opera como

una constante en los noticieros televisivos. De la misma manera se pudo reconocer que “mostrar” no es sinónimo de “visibilizar”. Se puede mostrar, exhibir, presentar información sobre algo o alguien, sin que esto signifique visibilización. Precisamente, en muchos casos se muestra para no visibilizar, y esto se hace con imágenes contundentes, espectaculares, que construyen un sentido en función de lo que se ve, aunque no favorece la mirada, que es la que permite visibilizar. La visibilización de los asuntos públicos y ciudadanos en los noticieros televisivos significaría presentarlos con las imágenes, textos y verbalizaciones de forma contextualizada, porque contextualizar es historizar y eso implica des-naturalizar; significaría construir una información que posibilitara un diálogo en la sociedad sobre los asuntos colectivos y del poder; pero significaría también vigilancia y control de los lugares, personajes, prácticas relacionados con los asuntos colectivos, incluida la producción y difusión de noticias. En este sentido visibilizar/invisibilizar son procesos combinados, simultáneos y contrapuestos. Para entenderlos es necesario colocarse en el *limes*, esto es: en el punto de encuentro de lo que se muestra y lo que se oculta, porque lo que se muestra se oculta exhibiéndose y se exhibe ocultándose.

Es necesario agregar que el visibilizar e invisibilizar no son procesos que puedan explicarse en última instancia considerando solamente la voluntad individual de los periodistas productores de noticias, de los directores de noticieros o los conductores, sino tomando en cuenta el estado que guardan las relaciones de fuerza entre movimientos y conductores de los noticieros televisivos que se disputan el establecimiento de un sentido legítimo de *lo público/ciudadano* en un marco de procesos históricos, organizacionales, políticos, económicos, sociales, culturales e ideológicos que permean el conjunto del proceso informativo noticioso. Porque, mostrar, ocultar, visibilizar e invisibilizar se encuentran asociados a relaciones de poder, entre quienes tienen los medios y los recursos para hacerlo y quienes carecen de ellos. Entonces la posibilidad de visibilizar e invisibilizar está mediada por condiciones estructurales e intersubjetivas que toman cuerpo en *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)*, desde donde se operan procesos de reproducción ideológica de lo construido como visible y como invisible, de lo que se muestra y lo que se oculta.

La invisibilización en los medios es una prolongación de lo que históricamente ha sido la invisibilización sociocultural y económica de clases, grupos y etnias. Sin embargo,

la invisibilización no está dada como rasgo *a priori* de los productores y conductores de noticias televisivas, ni la visibilización como característica propia de los movimientos sociales. La disputa por la visibilización en el espacio noticioso de parte de los movimientos sociales tiene que partir de reconocer que el aparecer en un noticiero no significa ser visibilizado, y que la disputa por su derecho a la visibilización en un informativo tiene que ir más allá de su exigencia de ser mostrado en dicho espacio, para extenderse a la exigencia de transformaciones estructurales que favorezcan las condiciones de visibilizarse y controlar esos procesos de visibilización de *lo público* representado por los movimientos sociales, y de *lo público* que existe más allá de éstos. Si la invisibilización tiene bases estructurales es necesario transformar las estructuras para garantizar la visibilización de los movimientos y del conjunto de asuntos de interés colectivo. Esto no quiere decir que no se busque incidir en los medios dominantes para encontrar espacio de reconocimiento y visibilización informativa. Lo que hace que la disputa por la visibilización se tendría que dar en varios frentes simultáneos: el mediático, el público, el económico, el político y el cultural.

Pensamos, además, que no puede haber una eficaz visibilización si ésta no es social, que toque a los sujetos en sus prácticas, relaciones, ubicaciones de clase, grupo y etnia; si no es cultural, que dé cuenta de la diversidad de expresiones discursivas simbólicas y las bases de desigualdad y de resistencia desde las que se manifiestan; si no es política, que muestre las posturas de poder, las estrategias y los métodos de los diferentes agentes sociales; si no es ideológica, que transparente los *enmarcamientos* (*framing*) y los recursos que están en la base de su construcción; si no es económica, que publicite las relaciones de producción, de distribución y consumo que están en la base de cualquier visibilización; y si no es una visibilización comunicativa que permita un real intercambio de sentidos entre agentes, en igualdad de condiciones de acceso a los medios de producción comunicativa, y para la producción, difusión y control de sus productos, con base en un reconocimiento recíproco como derecho a informar y a ser informado, transmitir y a recibir conocimiento. Contrariamente a todo esto, invisibilización ciudadana significa exclusión, para no ser visto ni escuchado, no ser considerado ni individual ni colectivamente.

Junto con Butler (2006), podemos señalar que como resultado del análisis de los noticieros locales podemos hablar de la manera en que el rostro puede constituirse en una

condición de humanización. Aunque también puede usarse de manera deshumanizante, como se hace en general en la televisión y en particular en los noticieros. En la mayoría de los casos, en los informativos el rostro de las personas se convierte en una forma de violencia en tanto se le da un uso simbólico utilitario y estigmatizador, con base en criterios normativos de inteligibilidad, que indican en la pantalla lo que es y lo que no es humano; o bien, sacando como imagen de la pantalla lo que no reconocen como humano. Con este tratamiento terminan por invisibilizar a los agentes sociales, sus contextos, sus acciones y sus verdaderos propósitos; y ocultar a la vista de todos aspectos de interés colectivo. Con esto, se favorece una tendencia hacia los individuos de no reconocimiento como ciudadanos y a su desconexión con aspectos de la vida pública, próximos y significativos. Esto repercute de manera directa en la obstaculización de procesos que permiten la configuración de audiencias y medios ciudadanos, y un curso democrático para la sociedad tapatía.

6.7 Noticieros y movimientos sociales en la construcción y des-construcción de la esfera pública.

La lógica mercantil con la que operan los noticieros televisivos favorece la construcción de un espacio privado de carácter mediático, que aunque se enmarca como “espacio público” por los conductores, realmente a los ciudadanos se les visualiza como público individual y consumidor de información y productos.

Si se considera a la esfera pública como un espacio compartido e incluyente, donde los ciudadanos dialogan, tratan y debaten los asuntos comunes a una colectividad, y asumen formas de participación correspondientes, encontraremos que, por las características que mantienen los noticieros televisivos, no se pueden considerar un espacio integrado a la esfera pública general, ni que favorezcan su construcción, y esto por varias razones. No se trabaja la información noticiosa bajo criterios de colectividad ni es un espacio de participación colectiva. Los acontecimientos se seleccionan bajo criterios de noticiabilidad y de *rating*. La proyección de información que pudiera interesar a una parte de la sociedad, no hace a ese noticiero un foro de la esfera pública, porque no se construye como un espacio de diálogo, de intercambio de ideas diferentes. Más bien se mueve bajo la lógica de

una esfera privada dominante en la medida que mantiene una lógica del mismo carácter y busca intereses particulares a nivel económico y de audiencias; generalmente individualiza, subjetiviza y descontextualiza los asuntos de índole colectivo y estructural; además efectúa una apropiación privada de la noticia y los beneficios que esta genera, considerando como los “otros” a los agentes opositores, lo que lleva a colocarlos fuera de los espacios noticiosos. Y aunque la televisión noticiosa no es una esfera pública, la práctica y postura informativa de los conductores televisivos pretenden hacerla pasar como tal, y prácticamente como la única.

Los movimientos sociales estudiados sí pueden considerarse parte de una de las esferas públicas que se desarrollan en la sociedad tapatía, dado que atienden asuntos colectivos de un sector (mujeres, homosexuales, ambientalistas, etc.); buscan propósitos generales compartidos; y favorecen formas de participación democrática y de confrontación de diferentes puntos de vista a través de *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*). En tanto partes constituyentes de la esfera pública, se puede notar que los movimientos sociales estudiados establecen procesos de interfaz con otras esferas como la política, la doméstico-familiar (Crece), la económica (Tianguis Cultural) y la esfera relacional (de participación ciudadana). En relación a los noticieros televisivos, que se auto/identifican como esfera pública, los movimientos sociales vendrían a ser una esfera subordinada y de resistencia, articulada a otras esferas sobre todo la relacional, en la que también se manifiestan heterogeneidad y asimetrías sociales entre sus integrantes.

Por otro lado, identificamos que en los movimientos sociales estudiados se expresa de manera clara la postura identitaria de reconocimiento del “nosotros” como el propio movimiento, y “los otros” en donde se ubican los noticieros, el gobierno y los empresarios. En contextos de globalización, la construcción y la expresión de los movimientos sociales también se globalizan, y posibilitan que las esferas sociales a las que pertenecen también alcancen magnitud global, como se muestra en acuerdos de participación coordinada entre movimientos sociales de diversas latitudes, tal es el caso movimientos como GDL en Bici o el CEJ, que toman forma en *marcos generales compartidos*.

6.8 Reflexiones sobre el sentido de los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*).

Podemos decir ahora que el concepto de *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) sólo puede desarrollar un real potencial analítico si rebasa el enfoque interaccionista y se coloca trabaja desde una postura estructural/construccionista. Sólo desde este posicionamiento se pueden identificar las relaciones de fuerzas objetivas que están en la base de la construcción de procesos de *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*). Fue así que se pudo reconocer a través de este estudio, que estos *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) de parte de conductores y dirigentes de movimientos son componentes fundamentales de una práctica más general que es la de invisibilizar y visibilizar a actores y acontecimientos a través de construcciones discursivas simbólicas. Se reconoció que estos procesos de construcción de *enmarcamientos* (*framing*) son desiguales. No responden a una estructura discursiva completamente coherente, y aunque se logran identificar los problemas sociales, al tratar de indagar sobre las causas que los generan, por lo regular este análisis se coloca en lo parcial, dicotómico y superficial. Estas características se presentan en diferentes grados y formas tanto en los conductores televisivos como en los dirigentes de movimientos sociales estudiados. En estos *enmarcamientos* (*framing*), los conductores no presentan prácticamente alternativas de solución a las problemáticas de la sociedad tapatía. En tanto que los dirigentes, aunque sí logran presentar opciones, en la mayoría de los casos, sus propuestas son sectoriales y de corto plazo, y se entrecruzan además con *enmarcamientos* (*framing*) que prefiguran alternativas no realistas e inviables, en la medida que se mantienen en un terreno exclusivamente ideológico. En el caso particular de los movimientos sociales, sus *enmarcamientos* (*framing*) sí posibilitaron abrir un acceso metodológico para la comprensión de las formas de acción que desarrollan ante los problemas, su definición de protagonistas, antagonistas, símbolos y contra/símbolos reconocidos, y sus pronósticos y rutas de acción.

Además se pudo identificar que los *enmarcamientos* (*framing*) implican formas de comunicación en su producción y en su ejecución práctica, tanto interna como externamente; que mientras las noticias son formas de objetivación de los *enmarcamientos* (*framing*) que realizan productores de noticias y conductores, las acciones colectivas movilizadoras, los panfletos, las consignas, las marchas y los plantones son unas de las

tantas maneras en que se objetivan los *enmarcamientos* (*framing*) de los movimientos sociales.

De la misma manera, se pudo reconocer que los *enmarcamientos* (*framing*) son construcciones dinámicas. Se van configurando en diferentes momentos y no siguen un curso lineal (identificación del problema, búsqueda de sus causas y actores involucrados, fijación de metas, valoración de alianzas, precisión de escenarios de solución del conflicto, y valoración de estrategias, métodos, tácticas y recursos). Además de que, una forma más compleja de construcción de *enmarcamientos* (*framing*) ocurre cuando se desarrolla un *alineamiento de marcos*, que permite que individuos u organizaciones y movimientos compartan intereses, valores y creencias como base para fijarse acciones y objetivos comunes, que pueden después tomar forma en *marcos generales interpretativos* (*master frames*) y de acción, que están aún poco desarrollados tanto entre los movimientos sociales estudiados como entre los conductores de noticias.

6.9 Movimientos y noticieros: disputa y construcción mutua.

Como resultado de la investigación se identificó que los actores sociales que se encuentran en el centro de esta disputa por la definición legítima de *lo público* y *lo ciudadano* no siempre tienen conciencia del dónde, contra qué y contra quién están luchando, ni sobre la magnitud del enfrentamiento en el que se encuentran inmiscuidos, mucho menos de lo que se encuentra en juego a nivel estratégico en esta confrontación. Es cada vez más claro que ideológicamente se disputan visiones del mundo sobre lo que debe considerarse asuntos públicos y estatus ciudadano. Culturalmente se muestra que el conflicto es por definir el tipo de *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) que sirven para caracterizar *lo público* y *lo ciudadano*. Políticamente se disputa la capacidad de dirigencia del proceso que permita articular a su propia propuesta de *lo público* y *lo ciudadano* a los diferentes sectores de la población, y movilizarlos en torno a ello. Comunicativamente se disputa la posibilidad de contar o no con los espacios y recursos mediáticos para poder dar a conocer los puntos de vista particulares sobre los asuntos públicos y ciudadanos, al mismo tiempo que se disputan los diferentes sentidos y

métodos para hacer comunicación: a través de un diálogo racional de confrontación (diálogo conflictuado).

Por los resultados de este estudio, también se puede presuponer que tanto los movimientos sociales como los ciudadanos no organizados pueden incidir socialmente en la determinación de los asuntos de interés público, en la medida que sean capaces de visibilizar cuestiones, que siendo de interés colectivo, se han mantenido como privados. Sin embargo, los movimientos sociales tienden a menospreciar el poder que poseen los noticieros televisivos para configurar opinión pública y producir y reproducir su visión hegemónica de *lo público* y *lo ciudadano*.

Encontramos, asimismo, que la mayoría de dirigentes entrevistados tiene sólo una postura ideologizada sobre los medios de comunicación tradicionales, los rechazan pero no cuentan con algún *enmarcamiento* (*framing*) que tenga como base una reflexión crítica y sistemática sobre el carácter y la función de los medios y de los noticieros televisivos. Por otro lado, no le reconocen a las televisoras y a los noticieros una función público/social. Eso les lleva a pensar sus movimientos sociales como paralelos a los medios de comunicación, sin punto de contacto. No tienen en mente una disputa por el acceso y el control de la información televisiva noticiosa, ni se han preocupado por diseñar estrategias de disputa por los espacios informativos y de entretenimiento. Bajo estas circunstancias dejan el campo abierto para la actuación más libre de los medios.

Se muestra en los resultados de las entrevistas, que los propios dirigentes sociales tienden a consumir los programas televisivos que se ofrece en la parrilla programática de canales comerciales (de señal abierta y restringida). Estas prácticas televisivo/noticiosas son formas particulares de interacción con el medio, y se configuran de manera diferenciada y contradictoria entre agentes organizados y participativos en movimientos sociales y aquellos actores que no se interesan por los asuntos públicos/ciudadanos ni se encuentran organizados. En este sentido, lo que ahora hace falta de su parte es el desarrollo de una reflexión crítica comunicativa sobre su propia práctica, y sobre los productos que suelen consumir.

Consideramos, entonces, que los dirigentes de los movimientos sociales sólo pueden configurarse como audiencias *otras* en la medida que sean capaces de constituirse a través de los medios y su programación, mediante procesos críticos de reflexión. Es insuficiente

saber lo que se es, es necesario constituirlo en relación a lo que son los otros, no al margen de ellos. Esto no quiere decir que los dirigentes y sus movimientos sociales necesariamente tengan que hacer pasar por la televisión los asuntos públicos en los que se encuentran involucrados, pero sí es necesario que el campo de los medios lo consideren como otro escenario más que hay que disputar. Teniendo en cuenta, claro, que la visibilización de los movimientos, sus demandas, sus luchas, sus actores y sus acciones no se reducen, ni deben pasar exclusivamente por la disputa en el campo mediático-informativo representado por los espacios noticiosos/televisivos.

Es necesario realizar esfuerzos que permitan construir relaciones y prácticas que les posibiliten des-localizarse de los espacios tradicionales y re-localizarse en espacios que los propios movimientos construyan como alternativos (Zires, 2008: 172). Se trata de romper con el monopolio de la política y actuar en lo político. Es oportuno agregar que la invisibilización no es el estatus por antonomasia de los dominados ni la visibilización la condición obvia de los grupos y clases dominantes. Los dominados también pueden desarrollar prácticas de invisibilización de los sectores hegemónicos, incluidos los actores sociales que se desenvuelven en los medios. Visibilizar para los dominantes implica negar su carácter. Para los dominados, visibilizar de forma abarcadora a los actores sociales, incluidos a los dominantes se constituye en la única posibilidad de una real liberación visibilizadora. Los dirigentes de los movimientos tienen, en este sentido, una gran responsabilidad por ganar a la participación alternativa a este sector de opinión pública de ciudadanos no organizados. Pero para conseguirlo necesitan contar con una alternativa comunicativa y mediática que ofrecer, que resulte necesaria, atractiva y accesible a este tipo de personas.

6.10 Visión proyectiva sobre la construcción noticiosa.

Parte de los puntos de llegada de este estudio fue el considerar que aún existe la posibilidad histórica de que la televisión pueda cumplir otra función: la de una verdadera ágora moderna, que facilite la recomposición de los vínculos sociales de solidaridad y preocupación mutua, colectiva. Sin embargo, eso depende de lograr una recomposición en las relaciones de fuerza, favorable a los movimientos sociales y la ciudadanía. Esto

implicaría, a su vez, una acumulación mayor de capital simbólico/informativo por parte de los movimientos sociales, y el desarrollo de un *habitus* propiamente televisivo de parte de los integrantes del movimiento que les coloque en condiciones de construir sus propios proyectos televisivos con diseño, producción y difusión autónoma.

Consideramos que se puede aprovechar el que este medio está en posibilidad de exhibir masivamente situaciones particulares emblemáticas, para favorecer la asociación entre lo singular que se muestra y lo colectivo de los que perciben. Es necesario entender que la re/significación de *lo público/privado* a través de la televisión es un proceso cargado de disputas, de tensiones, en la medida que: “El protocolo de la compasión puesto en escena por la televisión, produce tanto ‘divergencia’ como ‘convergencia’, tanto ‘diversión’ como ‘conversión’, tanto ‘difusión’ como ‘confusión’, tanto ‘desunión’ como ‘comunidad’ (Mehl, 1997: 112). Además, debe advertirse en todo momento que ni la televisión es el único medio desde donde se puede conseguir esto, ni la construcción de *lo público* se reduce al simple intercambio de ideas, ni a la visibilización de situaciones significativas, aunque pase por eso. No se requiere una televisión compasiva, pero tampoco demonizadora o legitimadora. Reconocer, como lo hace Mehl (1997: 110), que una “(...) televisión compasiva contribuye así a reevaluar el campo de los problemas públicos y a valorar, dentro de ese campo, las prácticas de asistencia”, no quiere decir que esa sea la ruta única o el momento de tránsito para enfrentar las problemáticas colectivas desde otra perspectiva.

Como se pudo recuperar, a lo largo de la investigación, noticieros televisivos y asuntos públicos se encuentran estrechamente relacionados. La selección de hechos para construir la noticia tendrá que orientarse a partir criterios comunicativos que tengan la sensibilidad para identificar la manera en que un suceso de interés colectivo puede ser la materia prima informativa para construir un acontecimiento de carácter público susceptible de ser proyectado como noticia televisiva. La exigencia de que la noticia se presente de forma imparcial y equilibrada no se debe considerar como un simple requerimiento técnico, sino como la única posibilidad que tiene el hecho/acontecimiento de mantener y potenciar su carácter público en sus audiencias.

Esto significa que *lo público* tiene diversos momentos de expresión, que pueden ser contradictorios, de continuidad y de ruptura. *Lo público* ya se encuentra contenido en el mismo hecho como asunto que involucra intereses colectivos; lo que se podría llamar lo

público fáctico. *Lo público*, posteriormente, se objetiva en el acontecimiento construido como *enmarcamiento comunicativo-noticia*, *lo público noticiable/noticioso*. Para después aparecer como *enmarcamientos (framing)* en las audiencias, *lo público* imaginado. Y si esa tendencia se prolonga, *lo público* vuelve a aparecer como práctica de los actores sociales que construyen hechos que pueden ser de utilidad para construir nuevas noticias. Obviamente que éste no es un proceso lineal. De *lo público fáctico* a *lo público enmarcado-representado* puede ocurrir un vaciamiento de sentido o diversos procesos de reconfiguración. Lo que debe quedar claro, es que *lo público* no es una entidad autónoma. *Lo público* tiene como eje las prácticas de los agentes sociales que se desarrollan en condiciones estructurales asimétricas. Son los agentes en posesión de ciertos capitales simbólicos los que, a través de su lucha social y su disputa de *marcos*, finalmente definen el carácter de *lo público/ciudadano*.

La información de los asuntos públicos posibilita a las audiencias el acceso a *lo público proyectado* como lo de interés común, lo accesible y lo visible a todos. Sin embargo, para participar en una conversación colectiva las audiencias ciudadanas requieren de información clara, sencilla, verosímil, contextualizada. Con base en ella éstas pueden desarrollar *habitus* y competencias de escucha, expresión, atención, confrontación y discernimiento, emoción y creatividad. La ciudadanía implica el interés de los individuos por involucrarse en los asuntos colectivos, desde sus necesidades particulares. Los noticieros televisivos pueden proporcionar a las audiencias ciudadanas esa información que opere como referente para conocer *lo público* y construir *enmarcamientos (framing)* de otro tipo sobre esta base; y para tomar una postura al respecto, y para orientar una acción transformadora. En contextos en que las sociedades modernas la gobernabilidad se sustenta en las decisiones que toman los individuos a partir de la información que disponen, los medios de comunicación y sus noticieros en tanto portadores de información, cumplen un papel que resulta sustancial.

Por otro lado, mucho se dijo en las entrevistas por parte de los dirigentes sociales en el sentido de que la libertad de expresión es parte fundamental de la lucha ciudadana, dado que se constituye en uno de los derechos elementales de los individuos. Compartiendo este punto de vista, se puede agregar que libertad de expresión y libertad para tener acceso a información veraz y confiable, son aspectos indisolubles. Pero consideramos a la vez la

necesidad de preguntarnos sobre este asunto ¿Libertad de expresión de quién? ¿Libertad de expresión desde dónde? ¿Libertad de expresión con qué? ¿Y libertad de expresión para qué? Podemos indicar que la libertad de expresión sólo puede ser una verdadera libertad si se acompaña del derecho a decir y a escuchar; si proporciona a los individuos las condiciones, medios y recursos para expresarse en igualdad de circunstancias que los otros; y si esa libertad de expresión se acompaña de libertad para acceder a la información desde la cual construir la propia expresión. Entonces no se trata solamente de que la persona pueda opinar sobre lo que dicen en los noticieros, sino de que esté en las mismas condiciones para construir informaciones alternativas que no se valoren desde la escala dominante, desde los valores informativos dominantes.

Si la finalidad es construir una democracia no sólo representativa, ni sólo deliberativa, sino sobre todo radical, esto requiere que las decisiones de los ciudadanos se basen en información completa e imparcial, para que reflejen efectivamente sus intereses. Los medios de comunicación privados, así como los medios de comunicación gubernamental, tienden a interponer su agenda en su programación, por lo que la información que brindan pasa por el filtro de sus intereses, incidiendo en la imparcialidad de la información.

Audiencias ciudadanas que cuenta con información para construir opinión y acción, se encuentra en mejores condiciones para participar e intercambiar puntos de vista con otros. Es en esas condiciones que la democracia puede construirse desde abajo; desde lo cotidiano y desde las opiniones públicas diversas, que se configuran, reconocen, confrontan, y acuerdan rutas de acción en beneficio de la colectividad. El desarrollo de procesos de este tipo repercute en la construcción de noticieros y medios televisivos más democráticos. Democráticos por los procesos de configuración de las noticias; por la proyección de los asuntos públicos en pantalla; por la participación de las audiencias ciudadanas en la definición políticas para establecer lo que se considera noticiable; por el involucramiento de las audiencias ciudadanas en la producción y presentación de las noticias; y por la presencia autogestiva de estas audiencias en el conjunto de proceso informativo.

Un noticiero democrático representa así, un espacio público común para la ciudadanía; un escenario que coloca a los participantes en situación de paridad, sin importar

sexo, edad, nivel socioeconómico, creencias o preferencias sexuales. Es un noticiero que reconoce las diferencias estructurales de clase y de grupo con las que llegan los diferentes actores sociales al diálogo y la deliberación noticiosa de los asuntos públicos. Es un tipo de noticiero que proyecta al indígena, al campesino, al ama de casa, al estudiante, al empleado, al niño, no como objeto de noticia, sino como sujeto protagónico de la información, constructor y construido. Es un noticiero donde el ciudadano no aparece como simple audiencia/destinataria de las notas, ni como sujeto que se muestra, sino como agente individual y colectivo generador y transmisor de noticias, que posibilitan la conversación colectiva de los muchos, de los cuales ellos forman parte. Es un noticiero que, en contextos de globalizaciones, se propone globalizar valores fundamentales como igualdad, libertad, solidaridad y respeto (Lozano, 2004: 181-183).

Noticieros de este tipo, desde la ciudadanía, contarán con el respaldo social, en la medida que destinatarios y destinatarios formarán parte del mismo conglomerado aportando sus conocimientos, sus recursos y su apoyo. Serán un escenario generador de la información necesaria para el abordaje y discusión democrática de los asuntos de interés colectivo, fijados ya no por el director de información, sino por los propios ciudadanos organizados. Se conformarán como un espacio que, a través de la información que proporciona, da cuenta de la diversidad de *lo público* desde criterios locales, regionales, nacionales y mundiales. Serán noticieros autofinanciables, independientes y legalmente ciudadanos, bajo control ciudadano. Serán espacios de verdadera construcción comunicativa, entendiendo la comunicación en términos de Michel de Certeau (1995), como proceso plagado de rupturas y sustracciones, de intercambios y retiradas; acompañado de aperturas y cierres, silencios y explicitaciones. Esto lo dejó claro la experiencia representada por las mujeres de la APPO, que, tal como lo registra Zires (2008: 175-181), con la toma del canal 9 estatal, el primero de agosto de 2006, se visibilizaron los rostros nunca vistos en la televisión. En pocos días crearon su propia programación, sus cortinillas y su propio lema. Ocuparon un lugar al que jamás habían accedido. Al verse sus rostros en la pantalla, se comenzó a favorecer su legitimación. La protesta de la calle penetró al escenario televisivo, instaló la plaza pública frente a las cámaras. Y así durante 20 días crearon otra vida pública y otro régimen de visibilidad.

Con apoyo de Boaventura Santos (2009) con este estudio buscamos abonar a una comprensión comunicativa-crítica de la realidad de los noticieros televisivos y los movimientos sociales en un sentido abarcador, histórico complejo, desde una perspectiva de las posibilidades y no del simple reconocimiento de estas realidades como hechos. Se abordaron desde esa hermenéutica de la sospecha, que permite tratarlos en su dimensión del mismo caos que expresan, que no es más que otra forma posible de orden. Fue así, que bajo este criterio, en este estudio, los dirigentes de movimientos sociales fueron incluidos como agentes ausentes de los espacios informativos. Se deja claro ahora, que su presencia en las noticias, cuando esto ocurre, no significa su visibilización en tanto que se les sigue enmarcando como actores con falta de racionalidad. Tratamos de hacer del silenciamiento palabras sobre lo que son, hacen, creen, sienten y piensan los dirigentes de los movimientos sociales, pero también los conductores televisivos. Buscamos construir, así, un aporte al pensamiento crítico que favorezca la emergencia de otros *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) distintos a los dominantes, que son desde lo que se piensa y actúa hasta el momento en, de y para esta realidad flagrante.

Desde la perspectiva de la democracia participativa, el empoderamiento comunicativo ciudadano implica que los individuos cuenten con mayores posibilidades para construir organizaciones y formas de participación democráticas, las cuales operen bajo criterios de responsabilidad, respeto y diálogo con las posiciones diferentes. Desde la perspectiva de una democracia radical el empoderamiento comunicativo significa contar con el poder de hacerse cargo de manera autónoma del conjunto de procesos que implica construir, circular, recibir y configurar mensajes desde condiciones estructurales equivalentes y realmente democráticas. Los movimientos sociales cumplen una función fundamental en visualizar el futuro posible, desde el presente real.

6.11 Una ciudadanía comunicativa posible y necesaria.

Los resultados de este estudio abren la posibilidad de plantearse el reto de reflexionar sobre una ciudadanía comunicativa y una dimensión comunicativa de la ciudadanía. Si se parte del presupuesto de que la persona, por el hecho de serlo, tiene derechos, entonces la comunicación es un derecho consustancial a la persona. Aún más, si

los derechos tienen un tiempo histórico, los tiempos actuales, de centralidad de los flujos de información y predominio de los medios de masas, justifica históricamente la necesidad de considerar a la comunicación uno de los derechos por el que hay que luchar: las circunstancias objetivas así lo exigen.

Paradójicamente, la comunicación es tan vieja como los humanos, a pesar de ello, la comunicación como un derecho, todavía no alcanza mayoría de edad. En estos contextos de predominio de la información, de multiculturalidad, multisocialidad y falta de credibilidad en las instituciones oficiales, se hace necesaria la construcción de una ciudadanía comunicativa que garantice a los individuos sus derechos democráticos a la comunicación y a la justicia comunicativa. Sin embargo, la construcción de una ciudadanía de este tipo enfrenta problemas como la prioridad que desde los Estados y gobiernos se otorga a las empresas privadas de comunicación, favoreciendo la mercantilización de los medios y los productos comunicativos, y menguando, focalizando y limitando las políticas públicas. A esta barrera habría que agregar la inseguridad social que mantiene presente la pobreza, la cual desmoraliza a los individuos, disuelve los lazos sociales, afecta la confianza individual y colectiva de los agentes sociales, impide comprender el presente para proyectar y construir reflexivamente el futuro, y condena a amplios sectores de la población a la precariedad, como forma de inseguridad estructural permanente. A esto habría que agregar que la ciudadanía real se encuentra mediada por condiciones de desigualdades de clase y diferencias sociales de grupo. De esta manera el derecho a la comunicación como prerrogativa universal se vería condicionada por las circunstancias históricas y el estatus social y jurídico alcanzado por los individuos. Se tendría que reconocer que los derechos ciudadanos en comunicación no evitan la exclusión económica y la diferencia cultural, pero sí crean las condiciones para superarlas.

Además, es sabido que ni la ciudadanía ni los derechos ciudadanos han sido resultados de simples concesiones de parte de los Estados, sino producto de las luchas que históricamente han dado diferentes sectores de la sociedad. Sin embargo, pocas veces se han planteado estos sectores la lucha por el derecho a la comunicación como una meta a alcanzar. Entonces, hace falta desarrollar la tarea que conduzca a que la comunicación se construya como una necesidad y una práctica compartida basada en el diálogo, la disertación, la discusión, la argumentación, la confrontación de puntos de vista, para, de

esta manera, aparecer como posible, necesaria y como asunto de interés público para el conjunto de la población.

Bajo estas condiciones la institucionalización de la ciudadanía comunicativa reforzará una lógica social comunicativa previa, que ya viene desarrollándose, y que tomará cuerpo en un estatuto jurídico que colocará a la ciudadanía en un rango comunicativo que reconozca a los individuos como actores sociales con derechos y deberes comunicativos. Esta ciudadanía considera los derechos comunicativos de los individuos y los grupos y las instituciones que los pueden garantizar; y los niveles de virtudes cívicas comunicativas y de identidad comunicativa ciudadana. Es una ciudadanía con participación activa en los asuntos públicos comunicativos para conquistar, mantener o profundizar esos derechos a la comunicación; con ciudadanos comunicativamente tolerantes y activos participantes en asuntos públicos relacionados con la comunicación. Es una ciudadanía comunicativa que favorece las orientaciones imbricadas de acción para la responsabilidad cívica comunicativa, la creencia y el saber social en la comunicación, el igualitarismo comunicativo y un individualismo del mundo orientado a una comunicación global, compartida. Esto permite ubicar a la persona más allá de los criterios de la pertenencia a un Estado-nación, y así estar en posibilidades de demandar a esta institución, políticas públicas de carácter comunicativo, que favorezcan la comunicación.

De esta manera, si el derecho a la comunicación se convierte en una garantía colectiva, legalmente instituida; que le reconoce al sujeto el estatus de miembro de hecho y de derecho a participar en la propiedad social y gozar de los beneficios de la ciudadanía, entonces, este derecho estaría en la base de la constitución de una ciudadanía comunicativa. Sin embargo, este tipo de ciudadanía comunicativa ha de estar vinculada de forma estrecha a la idea de equilibrio de derechos y obligaciones individuales y de grupo en, para y desde la comunicación, y como una mediación que posibilite la relación del ciudadano con una comunidad específica a la que pertenezca.

Desde una posición pluralista cultural se considera que cada grupo en particular posee exigencias comunicativas propias, lo que hace necesaria una ciudadanía comunicativa diferenciada e incluyente de los individuos y de los diferentes grupos, con políticas comunicativas diversificadas. Los derechos comunicativos/ciudadanos de grupo deben considerarse en función de varios niveles: derechos comunicativos especiales de

representación; derechos de autogobierno comunicativo; y derechos comunicativos multiculturales.

A pesar de lo dicho, una ciudadanía comunicativa como ésta, no se reduce al estatus legal (derechos y responsabilidades comunicativos), incluye también identidad (sentido de pertenencia a una comunidad política, con bienes y herencias comunicativas comunes). De la misma manera, habría que abandonar la visión de desarrollo lineal de la construcción ciudadana comunicativa, que visualiza en secuencia progresiva el reconocimiento de derechos civiles (libertad de expresión comunicativa y propiedad comunicativa), políticos (participación democrática en la formación de la opinión sobre asuntos de comunicación), y sociales (garantía de recibir los beneficios colectivos del Estado en el terreno comunicativo).

La ciudadanía comunicativa ha de significar desde del Estado y desde las expresiones sociales, favorecer el empoderamiento democrático de los ciudadanos en todo sentido, y en particular el empoderamiento comunicativo, con medidas que permitan la descentralización de las decisiones y las prácticas comunicativas que lleven a los ciudadanos a una participación comunicativa responsable y bajo criterios de interés colectivo. Particularmente, una tarea fundamental del Estado, es la de hacer de la comunicación parte de ese interés general de la sociedad, al mismo tiempo que cumple un papel activo como favorecedor de los procesos de ciudadanización de la comunicación, que garantice los derechos y las obligaciones comunicativas de los diferentes agentes sociales. De esta manera, la ciudadanía comunicativa tiene que contar con el respaldo de políticas públicas que posibiliten pensar al individuo en la lógica de considerarle productor, gestor y vigilante de los procesos públicos de comunicación de interés y beneficio general.

6.12 Palabras finales.

Considerando estos puntos de llegada se pueden identificar otras rutas de investigación que se abren. Por ejemplo: las reconfiguraciones que a nivel local y global se vienen operando en *lo público/ciudadano*; las transformaciones estructurales que sirven de referente para esas modificaciones prácticas/históricas de *lo público/ciudadano*; las maneras en que estas transformaciones de *lo público/ciudadano* se manifiestan de forma

concreta en los diferentes campos (económico, social, político, académico, v.gr.); las posiciones sociales alcanzadas por los diferentes agentes que les han posibilitado una acumulación de fuerzas determinada, desde donde construyen sus prácticas y sus representaciones simbólicas sobre *lo público/ciudadano*; el papel particular que desempeña el campo comunicativo dentro de estos procesos de reconfiguración de *lo público/ciudadano*; la manera particular en que operan sub-campos mediáticos para contribuir en esa tarea de reconfiguración; el papel singular que desempeñan la comunicación en cada uno de los campos para incidir en estos procesos; la manera en que otro tipo de formatos mediáticos y televisivos influyen en la acumulación de fuerzas de capital material, económico y simbólico para favorecer el predominio de ciertos agentes en las actuales condiciones históricas; las modalidades diversas en que se configuran los *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* no sólo en los medios, sino también en la ciudadanía no movilizadora y en los sectores no organizados de la población; las diferentes experiencias locales que han mostrado formas alternativas de comunicación y de uso de medios; las formas diversas en que desde los agentes dominados se han construido *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)*; las posibilidades y limitaciones que ofrecen las tecnologías de la información para modificar la relación de fuerzas comunicativa entre los agentes sociales en los diversos campos; y los procesos comunicativos subyacentes en los diversos movimientos sociales; y el significado que asumiría la definición de estrategias de construcción de una plataforma comunicativa desde los movimientos sociales. Éstas son rutas por transitar y retos por enfrentar. Las puertas quedan abiertas, ahora el reto es abordarlas de manera crítica y científica. La comunicación no sólo tiene presente, sino también un futuro distinto al ofertado por la razón instrumental.

La investigación comunicativa que aspira a comprender los fenómenos de la comunicación, sólo puede ser una investigación situada históricamente. Esto quiere decir localizada espacial y temporalmente respecto al sujeto que investiga y respecto a las características de la realidad investigada; localizada en los contextos sociales, culturales, económicos y políticos en que se desenvuelve; y localizada en sus posicionamientos epistemológicos, teóricos, metodológicos y prácticos. Pensar la comunicación entonces pasa, entonces, por pensar los contextos desde donde se piensa y se hace la comunicación.

Los contextos históricos cumplen una función fundamental en la construcción del conocimiento sobre la comunicación. El propio peso que adquieren los medios en la modernidad, han intensificado que el interés en el estudio de la comunicación se traslade a los medios y a los procesos que se hacen presentes a raíz de la relevancia que adquieren las tecnologías de la información. Sin embargo, el gran riesgo es que el investigador se deje seducir y aprisionar por ellos. ¿Por qué se dice esto?

Es necesario estar atentos al hecho de que más que en ningún otro periodo histórico de la humanidad, la importancia de la comunicación ha sido tan evidente para individuos, grupos, clases e instituciones. El papel que cumple en la vida cotidiana es innegable. Empero, el reconocimiento de la comunicación no corresponde a la comprensión que sobre ella se ha alcanzado. Así, siendo la comunicación la actividad más rutinaria, es al mismo tiempo de las menos pensadas. Y es que en la medida que la comunicación es una práctica cotidiana, que envuelve el conjunto de los quehaceres sociales, eso la hace aparecer tan próxima, que no se le reconoce, no se le ve, porque se le ha naturalizado, normalizado.

Comunicativamente existen contextos tecnológicos abrumadores, que tienden a obnubilar las visiones. Esto hace que entre más se hace presente la comunicación, y entre más se hable de ella, al mismo tiempo, mayormente se reduce su comprensión a la de las expresiones tecnológicas, y más aflora el sentido común deslumbrado por la imponente magnificencia y omnipresencia de estos dispositivos. Con esto, la comunicación aparece ligada irremediablemente a la técnica y al mercado; se olvida que los medios son sólo eso, medios. Y presos de la inmediatez abrumadora de las tecnologías se olvidan los procesos y los sujetos sociales que están en la base de la comunicación. Entre más se dota fetichistamente de poder a las cosas/tecnológicas, más extrañamientos y postraciones hay ante ellas, y menos se piensan las relaciones objetivas y las interacciones intersubjetivas

que se desarrollan entre los sujetos que hacen y usan esas tecnologías. También, menos se consideran a los contextos en que se desenvuelve la comunicación; menos se atienden las mediaciones e hipermedia iones que operan en la construcción subjetiva de sentido compartido; y menor preocupación hay por escudriñar en las relaciones de poder y la variedad de formas de violencia simbólica que están en la base del acceso y el uso de la tecnología, y de las representaciones que sobre ella se construyen. Así, mientras más se dirige la vista a la infraestructura tecnológico/material, menos se alcanzan a reconocer los diversos procesos que están en la raíz y en las vertebras de la comunicación misma. El riesgo radica en que, al reducir la comunicación a sus dispositivos, cuando se hace esto, se cosifica lo que de humano, social, económico, cultural y político, por esencia, hay en ella.

Se puede reconocer que se ha vuelto un lugar común el decir que la comunicación es un eje fundamental en el desenvolvimiento de las sociedades actuales. Es necesario romper esa prescripción, y considerar central la comunicación como reflexión, donde los contextos formen parte de los contenidos de los saberes comunicativos, y éstos formen parte de los contextos, no como algo externo a ellos, sino como una totalidad constituyente de éstos. Como se verá, las transformaciones que ocurren en el terreno estructural tocan a la comunicación, por eso es indispensable pensarla de otra manera.

Es necesario intentar cerrar la brecha que existe entre lo práctica comunicativa cotidiana de los individuos, las conceptualizaciones e investigaciones comunicativas de los académicos, y los acuciantes problemas sociales que enfrenta el mundo en la actualidad, sin reducirlos a una cuestión de intercambio de sentidos, sino considerando, además, las bases estructurales desde donde se construyen los intercambios comunicativos. Adentrarse en el camino de los procesos comunicativos no significa menospreciar las manifestaciones tecnológicas. Por el contrario, significa, partir de ellas para recuperar las historias olvidadas, silenciadas, marginadas, excluidas e invisibilizadas de la comunicación. Por lo que se tiene que tener claro que la mejora tecnológica no ha traído mejora en la comprensión entre los grupos, y que mostrar a los otros en los medios, no significa comprenderlos. La tarea consiste, entonces en tratar de romper con el fetiche tecnológico de la comunicación y recuperar las voces dichas pero no escuchadas; las figuras presentes pero no reconocidas; las imágenes existentes pero no percibidas.

Es necesario mantener una postura de acercamiento para entender las realidades comunicativas y sus contextos, pero simultáneamente se hace indispensable el distanciamiento, para no involucrarse en su lógica mercantil, instrumental, pragmática. La incompreensión de la comunicación o su identificación con las prácticas comunicativas neoliberales hacen que se identifique comunicación con ganancia, instrumentalismo, pragmatismo, medios de masas. Lo que resultará de ello será un saber comunicativo instrumentalizado, funcional a las exigencias de dominio y legitimidad de las clases, grupos e instituciones de poder. Se tiene que reivindicar otro tipo de comunicación, distinta a la hegemónica.

En cambio, lo que se necesita es un pensamiento y una práctica comunicativa que busquen superar críticamente la visión instrumentalista, mercantilista y mediática de la comunicación, se tiene que dar cabida en sus intereses de estudio a esas nuevas formas de comunicación que se expresan en prácticas, voces, creencias y saberes de los individuos que las tecnologías silencian o muestran bajo criterios estigmatizadores mas no visibilizadores.

Entonces, si los contextos han cambiado, los objetos de estudio de la comunicación también deben modificarse en concordancia con estas transformaciones, y comprometerse con el acontecer social actual. Pero no se trata sólo de hacer de los agentes subordinados objetos de estudio, sino de construir investigaciones que favorezcan otras y renovadas formas de comunicación en la sociedad. Se hace urgente una atención investigativa sobre la comunicación que vaya más allá de la práctica de inmediatez, de la descontextualización, y de la primacía de los intereses económicos y de grupo académico.

La comunicación la reconocemos como una construcción de relación con los otros, aunque en la investigación el problema debe plantearse desde una perspectiva histórica que hace necesario plantearse preguntas: relacionarse ¿quiénes? (participantes), ¿para qué? (finalidad), ¿cómo? (modalidad), ¿dónde? (lugar), ¿cuándo? (tiempo) y ¿cuánto? (cantidad). En otro sentido, la comunicación es un derecho de todos: derecho a expresarse y el derecho a escuchar lo que otros dicen. Esto implica un esfuerzo normativo y funcional para hacerse entender manteniendo una identidad autónoma; una posibilidad material, social y cognitiva de contar con los recursos informativos para el desempeño práctico cotidiano; una disposición para apropiarse de las condiciones y entender las

manifestaciones comunicativas provenientes de diferentes culturas; una disposición de entender respetuosamente al otro como alguien importante en su diferencia/igualitaria de situación, identidad, ideas, creencias y expectativas; una comprensión y esfuerzo por hacerse comprender. Sólo de esta manera se puede construir un verdadero diálogo comprensivo. De esta manera, la comunicación cumple una función fundamental como herramienta creadora de universos compartidos en *marcos (frames)* interpretativos comunes, que favorezcan la convivencia humanitaria en diversidad. En el propio campo académico, la comunicación puede ser un punto de referencia desde donde se construyan diálogos intersticiales entre disciplinas diversas.

Empero, entre más se desarrollan nuevos dispositivos tecnológico informacionales y se incrementan los intercambios comunicativos masivos, más condiciones e imaginarios se involucran en los procesos comunicativos, y más dificultades se presentan para construir una comunicación compartida, comprensiva, democrática, horizontal, empática y humanista. Bajo estas condiciones es más viable la presencia de formas de incomunicación, pero también de esfuerzos por comprender y ser comprendidos. Estas exigencias no se reducen al desarrollo de ciertas habilidades para usar las técnicas y los dispositivos por parte de los individuos. Se puede contar con las competencias y habilidades para el uso de dispositivos tecnológicos, y sin embargo, esto no resuelve el problema de la comunicación. Saber usar las técnicas no garantiza la preocupación por conocer y comprender a los interlocutores en sus diferentes ámbitos técnicos, económicos, sociales y culturales. De ahí que lo esencial de la comunicación no son sus técnicas, ni sus usos o sus mercados, sino su dimensión humanista y sus valores político/democráticos, que no existen *per natura*, sino que tienen que construirse socio/históricamente, reconciliando las dimensiones técnicas y económicas de la comunicación con sus dimensiones sociales, culturales y políticas, sin reducir estas prácticas al terreno estatal. Hay otras posibilidades desde los espacios públicos, que se deben construir y concretar. Hacia allá se debe dirigir el compromiso.

ABELLO T., Ignacio (2005) *La contravía entre lo público y lo privado hoy en día*. En: Hacer visible lo invisible: Lo privado y lo público. Departamento de Filosofía. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de los Andes. Bogotá, Colombia.

ACEVES GONZÁLEZ, Francisco de Jesús (1991). “La televisión y los tapatíos. Un atisboro al entreveramiento horario de transmisión, menú programático y patrones de exposición”. *Revista Comunicación y Sociedad*, No. 13, septiembre-diciembre. Universidad de Guadalajara, México.

ADELANTADO, José, José Antonio Noguera y Xavier Rambla (2000) “*El marco de análisis: Las relaciones complejas entre estructura social y políticas sociales*” en J. Adelantado (Coord.), *Cambios en el Estado de Bienestar. Políticas sociales y desigualdades en España*, Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

AGUILAR Villanueva, Luis F (1989). *Rasgos de la vida pública mexicana*. En *Sociológica*. Revista del Departamento de Sociología, UAM-Atzacapotzalco. Vol: Año 4, Número. 11, septiembre-diciembre de 1989.

ALFARO, Rosa María (2008) *Medios de comunicación y esfera pública democrática*, en *Antología de Comunicación para el Cambio Social*, compilado por A.Gumucio- Dagron y T. Tufte. La Paz: Plural. Págs. 1253-1260.

ALMEYRA, C. G. (2005). *Los movimientos sociales en Argentina, 1990-2005*. *Argumentos*, 43-68.

ALONSO, Jorge (2007). “Aproximaciones a los movimientos sociales”. Conferencia que dictó el 14 de septiembre de dicho año en el marco de la inauguración de los posgrados del CIESAS Pacífico Sur y Distrito Federal.

ALTHEIDE, David (1987). “Format and Symbols in TV Coverage of the Terrorism in the Unites States and Great Britain”. *International Studies Quarterly* 31, pp. 161-176.

ÁLVAREZ Mendiola, Rubén (2004). “Inexistente radio pública. Sería una alternativa ante las emisoras comerciales”. Publicado como artículo en la Revista Etcétera, mayo. "<http://www.etcetera.com.mx/pag33ne43.asp>"

ÁLVAREZ Teijeiro, Carlos (2000) *Comunicación, Democracia y Ciudadanía. Fundamentos teóricos del Public Journalism*. Ediciones CICCUS, La Crujía, Tucumán, Argentina.

ANDER-EGG (1995). *Técnicas de investigación social*. Editorial Lumen, Buenos Aires, Argentina).

ANDERSON, James A. (1996): “Communication Theory Analysis”, *Communication Theory, epistemological foundations*. New York and London: The Guilford Press, p.200-221.

ANG, I. (1997). "Cultura y comunicación. Hacia una crítica etnográfica del consumo de los medios en el sistema mediático trasnacional". En Daniel Dayan (comp.), *En busca del público*, Ed. Gedisa, Barcelona.

ARENDT, Hannah (1998). *La condición humana*. Paidós, Barcelona, España.

ARIAS Maldonado, Manuel (2008). *La globalización de los movimientos sociales y el orden liberal*. Revista Española de Investigaciones Sociológicas (Reis), No. 124, 2008, pp. 11-44.

ARFUCH, Leonor (2002). *El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*. FCE. Buenos Aires.

ARREDONDO Ramírez, Pablo (1986) "Los medios de comunicación en Jalisco". Cuadernos de Difusión Científica Núm. 3. Guadalajara: U de G.

ARREDONDO RAMIREZ, Pablo (2006). *Encuesta estatal sobre medios y audiencias en Jalisco*. Guadalajara, Universidad de Guadalajara-CUCSH.

AYORA, Díaz, Steffan Igor (2007). *Translocalidad y la antropología de los procesos globales: saber y poder en Chiapas y Yucatán*. Universidad Autónoma de Yucatán, Cornell University.

AYÚS Reyes, Ramfis (2001). "El discurso de las pasiones o las pasiones del discurso: incursión al análisis de narrativas pasionales". Se publicó en: *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* Vol. VII, época II, No. 14. Editorial: Programa Cultura Universidad de Colima.

BECK, Ulrich (1997). *La modernidad reflexiva: Política, tradición y estética en el orden social moderno*. Editorial Alianza, Madrid, España.

BECK, Ulrich (1998). Beck, Ulrich (1998) *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Editorial Paidós, Barcelona, España.

BEISTEGUI, Dolores (2003) *Indispensables, los medios públicos. Habrá que impulsar un marco jurídico que defina sus funciones*. Publicado en la Revista Etcétera, diciembre. <http://www.etcetera.com.mx/pag56ne38.asp>

BENSAID, Daniel (2006) "Multitudes ventrílocuas". En publicación: *Umbrales no. 14*. CIDES-UMSA, Postgrado de Ciencias del Desarrollo, Universidad Mayor de San Andrés. Bolivia: Bolivia. Septiembre. 2006.

BERGER, Peter y LUCKMANN, Thomas (1983). *La construcción social de la realidad*. Editorial Amorrortu, Buenos Aires, Argentina.

- BÖCKELMANN, F. (1983). *Formación y funciones de la opinión pública*. Gustavo Gili, Barcelona, España.
- BONNETT Vélez, Diana (2005) *Lo público y lo privado desde la perspectiva histórica*. En Ignacio Abello T. compilador: *Hacer visible lo invisible: Lo privado y lo público*. Departamento de Filosofía. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de los Andes. Bogotá, Colombia.
- BOURDIEU, Pierre (1988). *Cosas dichas*. Editorial Gedisa, Buenos Aires, Argentina.
- BOURDIEU, Pierre (1990). *Sociología y cultura*. Ed. Grijalbo/CONACULTA. México.
- BOURDIEU, Pierre (1995). *Respuestas por una antropología reflexiva*. Editorial Grijalbo, México.
- BOURDIEU, Pierre (1997). *Sobre la televisión*. Editorial Anagrama, Barcelona, España.
- BOURDIEU, Pierre (1999). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Editorial Anagrama, Barcelona, España.
- BOURDIEU, Pierre (2000) *Poder, derecho y clases sociales*. Editorial Desclée de Brower, S.A. Bilbao, España.
- BOURDIEU, Pierre (2000a). *Cuestiones de sociología*. Ediciones Istmo, Madrid, España.
- BOURDIEU, Pierre (2003). *El oficio del científico: ciencia de la ciencia y reflexividad*. Editorial Anagrama, Barcelona, España.
- BOURDIEU, Pierre (2002). *Intervenciones 1961-2001. Ciencia social y acción política*. Editorial Agone, Marsella, Francia, en co-edición con Editorial Hiru Hondarribia, Francia y Editorial cubana Ciencias Sociales.
- BOURDIEU, Pierre (2008) *Homo academicus*. Editorial Siglo XXI, Buenos Aires, Argentina.
- BOVENTER, Hermman (1995). “El poder de los medios de comunicación”. En THESING, Josef y HOFMEISTER, Wilhelm, ed. (1995). *Medios de comunicación, democracia y poder*. Konrad Adenauer Stiftung AC/Centro Interdisciplinario de Estudios sobre el Desarrollo Latinoamericano.
- BOVENTER, Hermman (1995a). “La impotencia de los medios de comunicación – Su capitulación ante la realidad”. En THESING, Josef y HOFMEISTER, Wilhelm, ed. (1995). *Medios de comunicación, democracia y poder*. Konrad Adenauer Stiftung AC/Centro Interdisciplinario de Estudios sobre el Desarrollo Latinoamericano.

- BROSIUS, Hans-Bernd Brosius y EPS Peter Eps (1995). "Prototyping through Key Events", *European Journal of Communication* 10(3), pp. 391-412.
- BUNGE, Mario (1981). *Epistemología, curso de actualización*. Editorial Ariel, Barcelona, España.
- BUTLER, Judith (2006). *Vida precaria. El poder del duelo y la violencia*. Espacios del Saber No. 57, Editorial Paidós.
- CALLE, Ángel (2007). *El estudio del impacto de los movimientos sociales. Una perspectiva global*. Revista Española de Sociología (Reis). No. 120., pp. 133-153.
- CAMPS, Victoria (2004) *Opinión pública, libertad de expresión y derecho a la información*. En Conill, Jesús y Vicente Gozávez (coord.) (2004) *Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*. Editorial Gedisa, Barcelona. España.
- CANEL, M.J. y SANDERS, K. (2006) *Morality Tales. Scandal and The Media in Britain and in Spain*, Hampton Press, Nueva Jersey.
- CARBONELL, Miguel (2005). *Los derechos fundamentales en México*, UNAM-Porrúa-CNDH, México, Capítulo V: "Los derechos sociales".
- CAREY, James W. (1989): "1: A Cultural Approach to Communication", *Communication as Culture. Essays on Media and Society*. New York & London: Routledge.
- CASTELLS, Manuel (1999). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura: Fin de milenio*. Ed. Siglo XXI, Madrid, España.
- CASTELLS, Manuel (2009) *Comunicación y poder*. Alianza Editorial, Madrid, España.
- CASTELLS, Manuel (2009a). *Comunicación y poder*. Boletín: Sociedad de la Información. Se obtuvo el 10 de octubre del 2009. Se obtuvo el 23 de noviembre del 2009.
http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/SHI/seccion=1188&idioma=es_ES&id=2009100116310137&activo=4.do?elem=6844
- CEBRÍAN Herreros, Mariano (2001). *Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*. Editorial Síntesis, Madrid, España.
- CERTEAU, Michel de (1995). *La toma de la palabra y otros escritos políticos*. Universidad Iberoamericana, Plantel Santa Fe, Departamento de Historia, México DF.
- CERVANTES BARBA, Cecilia (1993) "Mediaciones organizacionales en la construcción de la realidad pública de Jalisco. El caso de los noticieros televisivos Al Tanto". Guadalajara: CEIC/Universidad de Guadalajara. Proyecto de investigación.

CERVANTES BARBA, Cecilia (1996). “Valores noticiosos en el periodismo televisivo de nota roja. Búsqueda articulada de indicadores empíricos”. Revista Comunicación y Sociedad, No.25-26, enero-abril, Guadalajara, México.

CERVANTES BARBA, Cecilia (1996a). “Construcción primaria del acontecer y planeación de la cobertura informativa Propuesta metodológica para su estudio”. Revista Comunicación y Sociedad, No.28, septiembre-diciembre, Guadalajara, México.

CEVALLOS, Maritza y Gabriel ALBA, Gabriel (2003) “Representaciones del poder. Sujetos, metáforas y espacios de comunicación, cultura y poder”. En Signo y Pensamiento No. 43, Volumen XXII, julio-diciembre. Departamento de Comunicación. Facultad de Comunicación y Lenguaje, Pontificia Universidad Javeriana.

CHIHU AMPARÁN, Aquiles (1999). “Estrategias simbólicas y marcos para la acción colectiva”, en: POLIS 99, Anuario de Sociología, pp. 41-65, UAM-Iztapalapa, México.

CHIHU AMPARÁN, Aquiles y LÓPEZ Gallegos, Alejandro (2000) “El enfoque dramático en Erving Goffman”, en: POLIS 2000, Anuario de Sociología, pp. 239-255, UAM-Iztapalapa, México.

CHIHU AMPARÁN, Aquiles (2006). El "análisis de los marcos" en la *sociología de los movimientos sociales*. Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa. Universidad Autónoma Metropolitana. México.

CHIHU AMPARÁN, Aquiles (2010). El *framing* del spot político. Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa y Miguel Ángel Porrúa, México.

CLAUSO, Raúl (2007). *Cómo se construyen las noticias: los secretos de las técnicas periodísticas*. La Crujía, Ediciones. Buenos Aires, Argentina.

CONACULTA, (2003). *Encuesta nacional de prácticas y consumo culturales*. México.

CONNOLLY, William E. (2005). *Pluralism*. Durham, EUA: Londres, Inglaterra: Duke University.

CONSEJO Económico y Social de Jalisco para el Desarrollo y la Competitividad (2009) *El Plan Estatal de Desarrollo Jalisco 2030. Una Evaluación Autónoma y Ciudadana*. CESJAL, Guadalajara, México.

CONSEJO Económico y Social de Jalisco para el Desarrollo y la Competitividad (2010). *Informe socioeconómico del Estado de Jalisco, 2009. Balance de una década*. CESJAL, Guadalajara, México.

CORTINA, Adela (1997): “Ciudadanía social”, en Ciudadanos del mundo, Alianza Editorial, Madrid, pp. 65 – 96.

CORTINA, Adela (2001). *Ciudadanos del Mundo. Hacia una teoría de la ciudadanía*. Alianza Editorial, Madrid, España.

CORTINA, Adela (2004). *Ciudadanía activa en una sociedad mediática*. En Conill, Jesús y Vicente Gozávez (coord.) *ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*. Editorial Gedisa. Barcelona, España.

CURRAN James (1998): “Repensar la comunicación de masas”. En CURRAN, MORLEY y WALKERDINE (Comps.), *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*. Barcelona: Paidós.

CEVALLOS, Maritza y ALBA, Gabriel (2003) “Representaciones del poder. Sujetos, metáforas y espacios de comunicación, cultura y poder”. En *Signo y Pensamiento* No. 43, Volumen XXII, julio-diciembre. Departamento de Comunicación. Facultad de Comunicación y Lenguaje, Pontificia Universidad Javeriana.

CORTÉS Rodríguez, Luis y CAMACHO Adarve, Ma. Matilde (2003). *¿Qué es el análisis del discurso?* Ediciones OCTAEDRO, Barcelona, España.

D'ANGELO, P. (2002). “News Framing as a Multiparadigmatic Research Program: A Response to Entman”, *Journal of Communication* 52 (4), pp. 870-888.

DAGNINO, Evelina (2007) “Todas las personas tenemos derechos, pero...”: conceptos de ciudadanía en pugna en Brasil. En Kabeer, Naila (2007) *Ciudadanía incluyente: significados y expresiones*. Universidad Nacional Autónoma de México, Programa Universitario de Estudios de Género, México.

DAHLGREN, Peter (1997) “Convertir las imágenes en instrumento. ¿Para qué?” En Veyrat-Masson y Daniel Dayan (1997) “Espacios Públicos en imágenes”. Editorial Gedisa. Colección EL MAMÍFERO PARLANTE, Barcelona, España.

DAYAN Daniel (1997) “Entre lo público y lo privado: la construcción social de las imágenes”. En Veyrat-Masson y Daniel Dayan (1997) “Espacios Públicos en imágenes”. Editorial Gedisa. Colección EL MAMÍFERO PARLANTE, Barcelona, España.

DELAMATA, Gabriela (Comp.) (2005). *Ciudadanía y territorio. Las relaciones políticas de las nuevas identidades sociales*. Editorial Espacio, Buenos Aires, Argentina.

DELLA PORTA, Donatella (1999). “Protest, Protester and protest policing: Public discourses in Italy and Germany from the 1960s to the 1980s”, en Marco Giugni, Doug McAdam y Charles Tilly (eds.), *How social movements matter*, Minneapolis y Londres, University of Minnesota Press, pp. 88-96.

DEWEY, John (2004). *La opinión pública y sus problemas*. Ed. Morata, Madrid, España.

DE ZUBIRÍA Zamper, Sergio (2005) *La vida pública: arquetipo de nuestra actualidad*. En, Ignacio Abello T, compilador: *Hacer visible lo invisible: Lo privado y lo público*. Departamento de Filosofía. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de los Andes. Bogotá, Colombia.

DIRHAMS Peters, John y Eric W. Rothenbuhler (1997) “Más allá del temor a las imágenes. La realidad de la construcción”. En Veyrat-Masson y Daniel Dayan (1997) “Espacios Públicos en imágenes”. Editorial Gedisa. Colección EL MAMÍFERO PARLANTE, Barcelona, España.

DÖRNER, Andreas (1995). “El lenguaje político –Instrumento e institución de la política”. En THESING, Josef y HOFMEISTER, Wilhelm (1995). *Medios de comunicación y poder*. Konrad Adenauer-Stiftung y Centro Interdisciplinario de Estudios sobre el Desarrollo Latinoamericano, Buenos Aires, Argentina.

DUARTE, Eduardo (2003). “Por una epistemología da comunicação”. En Vasallo de Lopes, Immaculata: *Epistemología de la investigación*. Ediciones Loyola, Sao Paulo, Brasil.

DURKHEIM, Emile (2004). *El suicidio*. Editorial Tomo, México.

ENGELS, Fiedrich (2002). *El papel del trabajo en la transformación del mono en hombre*. Editorial, Colofón, México.

ENTMAN, Robert M. (1993) “Framing: toward clarification of fractured paradigm”, *Journal of Communication* 43 (4), pp. 51-58.

ESCALANTE, Gonzalbo (2011) “Homicidios 2008-2009. La muerte tiene permiso”. Revista Nexos en línea, México.
<http://www.nexos.com.mx/?P=leerarticulo&Article=1943189>. Recuperado el 10 de enero de 2011.

ESTEINOU Madrid, Javier (2003). *La mano invisible*. Revista Etcétera, México, marzo. Se recuperó el 12 de octubre de 2007: <http://www.etcetera.com.mx/pag42ne29.asp>

ESTEINOU, Javier (2007). *Los Nuevos Tiempos Históricos para la Transformación de los Medios de Comunicación de Servicio Público*. Razón y palabra Número 59, noviembre. Se obtuvo el 30 de septiembre de 2007.
<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/n59/jesteinou.html>

ENTMAN, R. (1993) Framing: toward clarification of a fractured paradigm, *Journal of Communication*, Vol. 43, n. 4, pp. 51-58.

ENTMAN, R. (2003) “Cascading Activation: contesting the White House’s frame after 9/11”, *Political Communication*, Vol. 20, n. 4, pp. 415-432.

ESTEINOU Madrid, Javier (septiembre del 2007). "Los nuevos tiempos históricos para los medios de comunicación de servicio público en México". Relatoría. Palacio de Minería, Ciudad de México, 27 y 28 de septiembre del 2007.

FALS BORDA, Orlando (1989). "Movimientos sociales y poder político", en Análisis político, Bogotá (Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional), No. 8, septiembre-diciembre, 49-58. Se obtuvo el 10 de diciembre de 2009.

<http://www.lablaa.org/blaavirtual/revistas/analisispolitico/ap8.pdf>

FARINETTI, Marina (2002). *La conflictividad social después del movimiento obrero*. Revista Nueva Sociedad, No. 182, noviembre-diciembre. Se obtuvo el 15 de diciembre de 2009.

http://www.nuso.org/upload/articulos/3088_1.pdf

<http://www.nuso.org/revista.php?n=182>

<http://sociologia.fsoc.uba.ar/programas/ta/ta57X.pdf>

FARIÑAS Dulce, Ma. José (2005). *Mercado sin ciudadanía. Las falacias de la globalización neoliberal*. Ed. Biblioteca Nueva, Madrid, España.

FERRO, Marc y WOLTON, Dominique (1997) "Guerra y deontología de la información". En Veyrat-Masson y Daniel Dayan (1997) "Espacios Públicos en imágenes". Editorial Gedisa. Colección EL MAMÍFERO PARLANTE, Barcelona, España.

FERRY, Jean-Marc (1995) "Las transformaciones de la publicidad política". En Jean-Marc Ferry, Dominique Wolton y otros "El nuevo espacio público". Editorial Gedisa, colección El Mamífero Parlante, Serie Mayor, Barcelona, España.

FILGUEIRA, Fernando (2005). *Welfare and Democracy in Latin America: The Development, Crises and Aftermath of Universal, Dual and Exclusionary Social States*, Geneva: UNRISD.

FONTCUBERTA, Mar de (1993). *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Editorial Paidós, Papeles de Comunicación 1, Barcelona, España.

FOWERAKER J. y LANDMAN, T.(1997) *Citizenship rights and social movements*. Nueva York, Oxford University Press.

FRASER, Nancy (1997). *Iustitia Interrupta: reflexiones críticas desde la posición post-socialista*. Universidad de los Andes y Siglo del Hombre Editores, Bogotá.

FUENTES NAVARRO Raúl y SÁNCHEZ RUIZ Enrique (1989). *Algunas condiciones para la investigación científica en México*, ITESO (Huella, Cuadernos de Divulgación Académica, No. 17) Guadalajara, México.

FUENTES Navarro, Raúl (1991). *La Institucionalización de la Comunicación como Ciencia Social en México. Algunos Aportes teóricos para su investigación*. Se publicó en *Comunicación y Sociedad* No. 13, CEIC Universidad de Guadalajara.

FUENTES NAVARRO Raúl (2003). *La investigación sobre comunicación en México: sistematización documental 1995-2001*. ITESO, Guadalajara, México.

FUENTES NAVARRO Raúl (2004). "La producción social de sentido sobre la producción social de sentido: una propuesta de re-conocimiento para el campo de estudios de la comunicación". Se publicó en: FUENTES (coord.), RAMÍREZ y DE LA TORRE: *Producción, circulación y reproducción académicas en el campo de la comunicación en México*, ITESO, Guadalajara, pp.11-46.

FUENTES NAVARRO Raúl (2007). La triple marginalidad de los estudios de la comunicación en México: una re-visión actual. *Revista Culturales*, julio-diciembre. Mexicali, México.

FUENTES NAVARRO, Raúl (2007a). "Comunicación: un campo diverso y complejo". En *Setenta años de periodismo en América Latina*. Ediciones de periodismo y comunicación, Buenos Aires, Argentina.

FUENZALIDA, Valerio (2000). *La televisión pública en América Latina, reforma o privatización*. Editorial Fondo de Cultura Económica, Chile.

GAMSON, W. y MODIGLIANI, A. (1987) The changing culture of affirmative action, en BRAUNGART, R. y BRAUNGART, M (eds.) *Research in Political Sociology*, JAI Press, Greenwich, CT, Vol. 3, pp. 137-177.

GAMSON, William A. y MODIGLIANI, Andre (1989). "Media Discourses and Public Opinion on Nuclear Power : a Constructionist Approach", *American Journal of Sociology* 95(1), pp. 1-37.

GAMSON, William (1992). *Talking politics*, Cambridge, Cambridge University Press.

GAMSON, William y STUART, David (1992), "Media Discourse as a Symbolic Contest: the Bomb in Political Cartoons", *Sociological Forum*, vol. 7, número 1, pp. 55-86.

GARAY Salamanca, Luis Jorge (2000) *Ciudadanía, lo público, democracia*. Texto y notas. Santa Fe, Bogotá. Colombia.

GARCÍA Bermejo, Carmen (2007). *En marcha la reforma legal*. En *El Financiero, Cultural*, 10 de septiembre del 2007.

GEHRING, Hubert (2005) Palabras de presentación en el libro: Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México, A.C. “Democracia y Medios Públicos”. México.

GERHARDS, Jürgen (1995/93?) “Framing dimensions and framing strategies: Contrasting Ideal –and Real- Type Frames”, *Social Science Information*, vol. 34, núm. 2, pp. 225-248.

GHEUDE, Michel (1997) “La reunión invisible”. En Veyrat-Masson y Daniel Dayan (1997) “Espacios Públicos en imágenes”. Editorial Gedisa. Colección EL MAMÍFERO PARLANTE, Barcelona, España.

GIDDENS, Anthony (1995). *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*. Amorrortu editores, Buenos Aires.

GIMÉNEZ Montiel, Gilberto (1999) *La importancia estratégica de los estudios culturales en el campo de las ciencias sociales*. ITESO, Guadalajara, México.

GIMÉNEZ Montiel, Gilberto (2007) *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. ITESO, Guadalajara, México; Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

GITLIN, Todd (1980). *The Whole World is Watching*. University of California Press, Berkeley, EUA.

GOFFMAN, Erving (1986). *Frame analysis. An Essay on the Organization of experience*. Northeastern University Press, Boston, 1986.

GOFFMAN, Erving (2006): *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Ed. Amorrortu. Buenos Aires, Argentina.

GÓMEZ RODRÍGUEZ, Gabriela y RODELO Frida V. (2009) “El protagonismo de la violencia en los medios de comunicación en la ZMG”. En Diagnóstico sobre la realidad social, económica y cultural de los entornos locales para el diseño de intervenciones en materia de prevención y erradicación de la violencia en la región centro: el caso de la Zona Metropolitana de Guadalajara, Jalisco, México. Secretaría de Gobernación, México.

GOMIS, Lorenzo (1991) *Teoría del Periodismo: Cómo se forma el presente*. Editorial Paidós, México.

GOVELA Espinosa, Roberta, BUSTOS, A. Bernardo A. y BASTIDAS, Ignacio (2007). *La organización de la sociedad civil y el SIDA en Jalisco (1988-2005)*. Gobierno de Jalisco, Coesida, Jalisco y UNIVA, Diversilex.

GOZÁLVEZ, Vicent (2004). “Los relatos del mundo: entre la objetividad y la imparcialidad”. En Conill, Jesús y Vicente Gozálvez (coord.) (2004) *Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*. Editorial Gedisa, Barcelona. España.

GRABER, Doris (1989). "Content and meaning. What's it all about?", *American Behavioral Scientist* 33(2), pp. 144-152.

GUERRERO B., Juan Carlos (1996). *Nuevos movimientos sociales: democracia participativa y acción social al final del milenio*. Colombia Internacional. Facultad de Ciencias Sociales. Departamento de Ciencias Políticas, Abril –junio.

GUTIERREZ SPINDOLA José Luis (1985) "Información y necesidades sociales/los noticieros de Televisa" en *Televisa, el quinto poder*, Raúl Trejo (Coord.), México: Claves Latinoamericanas.

GUIRAUD, Pierre (1979). *La semiología*. Ed. Siglo XXI, México.

GUNDER FRANK, André Gunder y FUENTES María (1987) *Para una nueva lectura de los movimientos sociales*, Revista Nueva Sociedad, No. 93, enero-febrero.

GURZA Lavalle, Adrián (1998). *Estado, sociedad y medios. Reivindicación de lo público*. Plaza y Valdés editores y Universidad Iberoamericana, México.

HABERMAS, Jürgen (1994). *Historia y crítica de la opinión pública*. Editorial Gustavo Gilli, México.

HALLIN Dan y MANCINI, Paolo (1997) "Encuentros en la cumbre: ¿hacia una esfera pública internacional. Guerra y deontología de la información". En Veyrat-Masson y Daniel Dayan (1997) *Espacios Públicos en imágenes*. Editorial Gedisa. Colección EL MAMÍFERO PARLANTE, Barcelona, España.

HERNÁNDEZ Lomelí, Francisco y Guillermo Orozco Gómez (2007) *Televisión en México. Un recuento histórico*. Universidad de Guadalajara, México.

HERNÁNDEZ RAMÍREZ, María Elena (1992) ¿Qué son las noticias? En *Comunicación y Sociedad*, No. 14-15, enero-agosto. Universidad de Guadalajara, México.

HERNANDEZ RAMÍREZ, María Elena (1995) *La producción noticiosa*, Colección Estado, Cultura y Sociedad. Guadalajara: CUCSH/Universidad de Guadalajara.

HERNÁNDEZ RAMÍREZ, María Elena (1997) "La sociología de la producción de noticias. Hacia un nuevo campo de investigación en México". En *Comunicación y Sociedad*, No. 30, mayo-agosto. Universidad de Guadalajara, México.

HUERTA WONG, Juan Enrique y GARCÍA, Eduardo (2008). "La formación de los ciudadanos: El papel de la televisión y la comunicación humana en la socialización política". En *Comunicación y Sociedad*, Nueva Época, No. 10, julio-diciembre. Universidad de Guadalajara, México.

HUMANES, María Luisa. "El encuadre mediático de la realidad social. Un análisis de los contenidos informativos en televisión". Departamento de Sociología y Comunicación Facultad de Ciencias Sociales Universidad de Salamanca, pp. 1-12 en <http://www.comminit.com/en/node/149723/37> (recuperado el 29 de Octubre de 2008).

HUSSERL, Edmund (1995). *Ideas relativas a una fenomenología pura y una filosofía fenomenológica*. Fondo de Cultura Económica, México.

IANNI, Octavio (2000) *Enigmas de la modernidad-mundo*. Editorial Siglo XXI, México.

IBARRA, P., GOMÁ, R., MARTÍ, S. (2002). *Creadores de democracia radical: movimientos sociales y redes políticas públicas*. Editorial Icaria, Barcelona, España.

IRIARTE, Gregorio y ORSINI Puente, Marta (1995). *Conciencia crítica y medios de comunicación: Técnicas de análisis*. Editorial, Dabar, México.

JENSEN, Klaus Bruhn (2002), *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and Quantitative Methodologies*. London & New York: Routledge.

KABEER, Naila (2007) *Ciudadanía incluyente: significados y expresiones*. Universidad Nacional Autónoma de México, Programa Universitario de Estudios de Género, México.

KLANDERMANS, Bert (1994). La construcción social de la protesta y los campos pluriorganizativos", en Enrique Laraña y Josep Gusfield: *Los nuevos movimientos sociales: de la ideología a la identidad*. CIS, Madrid, pp. 183-220.

KOSIC, Karel (1976). *Dialéctica de lo concreto: estudio sobre los problemas del hombre y del mundo*. Editorial Grijalbo, México.

KYMLICKA, Will y Norman, Wayne. *El retorno del ciudadano. Una revisión de la producción reciente en teoría de la ciudadanía*. En *La Política*. Revista de Estudios sobre el Estado y la Sociedad N° 7.

<http://www.inau.gub.uy/biblioteca/ciudadan%EDa/KYMLICKA%20Y%20NORMAN%20EL%20RETORNO%20DEL%20CIUDADANO.pdf>

IBAÑEZ, Jesús (1979). *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: Técnica y crítica*. Editorial Siglo XXI, Madrid, España.

JENSEN, Klaus Bruhn (2002). "The social origins and uses of media and communication research", *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and Quantitative Methodologies*. London and New York: Routledge.

LACLAU, Ernesto (1996). *Emancipación y diferencia*. Buenos Aires: Ariel.

LAHIRE, Bernard (2006): *El espíritu sociológico*. Ed. Manantial, Buenos Aires, Argentina.

LARAÑA, Enrique (1996). *La actualidad de los clásicos y las teorías del comportamiento colectivo*. Revista Española de Investigaciones sociológicas, No. 74. Universidad Complutense de Madrid., pp. 15-43. Se obtuvo el 28 de diciembre de 2009.

http://www.reis.cis.es/REISWeb/PDF/REIS_074_04.pdf

<http://www.reis.cis.es/REIS/jsp/REIS.jsp?opcion=revistas&numero=74>

LARAÑA, Enrique (1999). *La construcción de los movimientos sociales*. Editorial Alianza, Madrid, España.

LASSWELL, H. (1985) "Estructura y función de la comunicación en la sociedad" en Moragas, Sociología de la Comunicación de Masas II. Ed. Gustavo Gili, Barcelona

LATAPÍ, Pablo (2005): "La participación de la sociedad civil en la definición de políticas públicas de educación: el caso de Observatorio Ciudadano de la Educación", en Perfiles Educativos, año/vol. XXVII, # 107, UNAM, México, pp. 7-39.

LECHNER, Norbert (1983). *Especificando la política*. Trabajo presentado al "Taller sobre Estado y política en América Latina" del Departamento de Estudios Políticos del CIDE, México (octubre de 1981) y publicado en Vega, Juan Enrique (ed.): *Teoría y política en América Latina*, CIDE, México 1983.

LOPES de Souza, Marcelo. *Os geógrafos e os movimentos sociais: como cooperar? Dez teses para debate*. <http://www.geografia.ufrj.br/nuped/textos/geografosmovimentossociais-1.pdf>

LÓPEZ, Manuel (1995). *Cómo se fabrican las noticias. Fuentes, selección y planificación*. Ed. Paidós, Paeples de Comunicación 9. Barcelona, España.

LÓPEZ Gallegos, Alejandro y CHIHU Amparán, Aquiles. "El procesamiento simbólico de la protesta: el discurso de opinión en torno a la marcha del color de la tierra", Estudios Sociológicos, XXVI, núm. 78, septiembre-diciembre, pp. 695-723. 2008

LÓPEZ RUELAS, Yolanda del Rocío (1993) "El manejo de la información en el Departamento de Noticias del Canal 4 de Guadalajara". Guadalajara: UNIVA. Tesis de licenciatura.

LORETI, Damián (2008). "Manifestaciones públicas y nuevos actores políticos: derecho de reunión y libre expresión". En De la Peza, María del Carmen (2008). *Comunidad y desacuerdo. Comunicación, poder y ¿nuevos? sujetos de la política*. Fundación Manuel Buendía, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología y Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco, México, DF.

LOZANO, José Carlos (1995) *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Editorial Alhambra Mexicana.

LUCKÁCS, Georg (1969). *Historia y consciencia de clase*. Ed. Grijalbo, México.

- LULL, James (1995). *Medios de comunicación y cultura. Aproximación global*. Amorrortu editores. Buenos Aires, Argentina.
- MARCINKOWSKI, Frank (1995) “La politización y la despolitización de la ‘realidad’ en diferentes formatos de medios de comunicación”. En THESING, Josef y HOFMEISTER, Wilhelm (1995). *Medios de comunicación y poder*. Konrad Adenauer-Stiftung y Centro Interdisciplinario de Estudios sobre el Desarrollo Latinoamericano, Buenos Aires, Argentina.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (1978) *Comunicación masiva. Discurso y poder*. Editorial Época, Quito, Ecuador.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (2004) “Metáforas de la experiencia social Jesús Martín-Barbero” En A. Grimson (comp.) *La cultura en las crisis latinoamericanas*, CLACSO, Buenos Aires.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (2004a) *Al sur de la modernidad. Comunicación, globalización y multiculturalidad*. University of Pittsburgh, Instituto Internacional de Literatura Iberoamericana, Pittsburgh, EUA.
- MARTÍNEZ Espinoza, Manuel Ignacio (2008). *Democracia para la dignidad. Movimientos políticos sociales y ciudadanía como aportes a las reflexiones sobre la democracia en América Latina. El caso del Movimiento Zapatista*. Revista Española de Investigaciones Sociológicas (Reis) N.º 123, 2008, pp. 151-183.
- MARTÍN SERRANO, Manuel (2007) *Teoría de la Comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad*. Mc Graw-Hill/Interamericana de España, Madrid, España.
- MATTELART, A. y M. (1997) *Historia de las teorías de la comunicación*. Ed. Paidós, España.
- MATTELART, Armand (1995). *La invención de la comunicación*. Ed. Siglo XXI, México.
- MATURANA, Humberto (1997). *La realidad ¿objetiva o construida?* Editorial Anthropos, Barcelona, España; Universidad Iberoamericana, Plantel Santa Fe, México; ITESO, Guadalajara, México.
- Mc ADAM, Dough (1999). “Marcos interpretativos y tácticas utilizadas por los movimientos: dramaturgia estratégica en el Movimiento Americano Pro Derechos Cíviles”, en McAdam, Dough; McCarthy, John D. y Zald, Mayer N.: *Movimientos sociales: perspectivas comparadas*. Istmo, Madrid, pp. 475-496
- MARX, Karl (1987) Introducción general a la crítica de la economía política. Cuadernos de Pasado y presente, México.

MARX, Karl (1979). *Manuscritos económico-filosóficos de 1844*. Ediciones de Cultura Popular, México.

MARX, Karl y ENGELS, Federico (1979). *Obras escogidas*. Editorial Progreso, Moscú, Ediciones de Cultura Popular, México, D.F.

McQUAIL, D. (1998) *La acción de los medios: los medios de comunicación y el interés público*. Editorial, Amorrortu, Buenos Aires, Argentina.

McQUAIL, D. (2001) *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Editorial, Paidós, México.

MEHL, Dominique (1997) “Vida pública privada”. En Veyrat-Masson y Daniel Dayan (1997) *Espacios Públicos en imágenes*. Editorial Gedisa. Colección EL MAMÍFERO PARLANTE, Barcelona, España.

MELLADO, Claudia (2010) “Análisis estructural de la investigación empírica sobre el periodista latinoamericano”. Publicado en la Revista Comunicación y Sociedad, número 13, enero-junio de 2010. Departamento de Comunicación Social. Universidad de Guadalajara, México.

MENDELSON, M. (1993) Television's frames in the 1988 Canadian election, *Canadian Journal of Communication*, Vol. 18, n. 2, pp. 149-171.

MEYER, D. (1995) Framing National Security: elite public discourse in nuclear weapons during the Cold War, *Political Communication*, Vol. 12, n. 2, pp. 173-192.

MIGNOLO, Walter (2003). *Historias locales/diseños globales. Colonialidad, conocimientos subalternos y pensamiento fronterizo*. Madrid. Akal. Pp. 111-153

MILLER, M. y RIECHERT, B. (2003) The spiral of opportunity and frame resonante: mapping the issue cycle in news and public discourse, en REESE, S., GANDY, O. y GRANT, A. (eds.) *Framing public life. Perspectives on Media and our understanding of the social world*, Lawrence Erlbaum Associates, Nueva Jersey, pp. 107-121.

MILLER, Nchamah, VALDÉS Gutiérrez, Gilberto y SALAZAR Robinson (2007). *Reseña de “Paradigmas emancipatorios y movimientos sociales en América Latina, teoría y praxis”*. *Utopía y praxis latinoamericana*. Universidad del Zulia, enero/marzo, año/vol. 12, No. 036, Maracaibo, Venezuela.

MOLES, A. (1975). *La comunicación y los mass media*. Ed. Mensajero, Bilbao, España

MORAGAS, de Miquel y PRADO, Emili (2007). *La televisión pública en el contexto digital*. Revista Etcétera, México, julio. Se obtuvo el 17 de abril de 2008.
<http://www.etcetera.com.mx/pag26-47kne81.asp>

MORÍN, Edgar (1988). *El método. El conocimiento del conocimiento*. Ediciones Cátedra, Madrid, España.

MORÍN, Edgar (2003). *El método. La humanidad de la humanidad. La identidad humana*. Ediciones Cátedra, Madrid, España.

MORÍN, Edgar (2004) *La epistemología de la complejidad*. CNRS, París.
http://www.ugr.es/~pwlac/G20_02Edgar_Morin.html

MOUCHON, Jean (1997) “La información política como arma de doble filo”. En Veyrat-Masson y Daniel Dayan (1997) *Espacios Públicos en imágenes*. Editorial Gedisa. Colección EL MAMÍFERO PARLANTE, Barcelona, España.

MOUFFE, Chantal (2007). *En torno a lo político*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, Argentina.

NEUMAN, W., JUST, M., CRIGLER, A. (1992) *Common Knowledge*, University of Chicago Press, Chicago.

NYAMU-MUSEMBI, Celestine (2007) *Hacia una perspectiva de los derechos humanos orientada a los actores*. En Kabeer, Naila (2007) *Ciudadanía incluyente: significados y expresiones*. Universidad Nacional Autónoma de México, Programa Universitario de Estudios de Género, México.

OLCHS, Elinor (2000). *Narrativa. En El discurso como estructura y proceso*. Van Dijk compilador. Editorial Gedisa, Barcelona, España.

OLIVA, Lúcia y SITJÁ, Xavier (2007). *Las noticias en radio y televisión. Periodismo audiovisual en el siglo XXI*. Editorial Omega, Barcelona, España.

ORAIÓN, Ma. Mercedes (2005). “Representación y prácticas de la ciudadanía. Una lectura histórico-pedagógica del caso argentino. En *La construcción de la ciudadanía en el siglo XXI*”. Ediciones Octaedro/Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación de la Ciencia y la Cultura (OEI), Barcelona España.

ORJUELA (2005) Escobar, Luis Javier. *Lo público y lo privado en la modernidad: la economía y la administración desvirtúan la política. Una visión desde Ana Arendt*. s/d

OROZCO, Guillermo (1990) “Notas metodológicas para abordar las mediaciones en el proceso de recepción televisiva”. En *Diálogos de la Comunicación*, Cuadernos No. 2. Publicación de la Federación Latinoamericana de Asociaciones de facultades de Comunicación Social (FELAFACS).

OROZCO, Guillermo (1991) “La mediación en juego. Televisión, cultura y audiencias”. En *Comunicación y Sociedad*, Guadalajara, DECS, Universidad de Guadalajara, número 10-11.

OROZCO, Guillermo (1994) “La autonomía relativa de la audiencia. Implicaciones metodológicas para el análisis de la recepción”. Se publicó en: CERVANTES y SÁNCHEZ RUIZ (coords.): *Investigar la Comunicación. Propuestas Iberoamericanas*, editorial: CEIC Universidad de Guadalajara/ ALAIC, Guadalajara, pp.183-196.

OROZCO, Guillermo (1997). “Mas-mediación’ y ‘audiencia-ción’: Macrotendencias en las sociedades latinoamericanas de fin de milenio”. Se publicó en: *Comunicación, Estudios Venezolanos* No. 100, editorial: Centro Gumilla, Venezuela, pp.24-37.

OROZCO, Guillermo (1998). “De las mediaciones a los medios. Contribuciones de la obra de Martín-Barbero al estudio de los medios y sus procesos de recepción”. Se publicó en: LAVERDE TOSCANO y REGUILLO (Eds.): *Mapas nocturnos. Diálogos con la obra de Jesús Martín-Barbero*, editorial: Siglo del Hombre editores/ Fundación Universidad Central, Colombia, pp.91-101.

OROZCO, Guillermo y MEDINA Daniel (2000). “Súper temas noticiosos en la televisión mexicana. Análisis de la información en los noticiarios 24 Horas y Hechos”. *Revista Comunicación y Sociedad*, No. 37, enero-julio, Universidad de Guadalajara, México.

OROZCO Gómez Guillermo y Rebeca PADILLA (2001). “Enfrentando la diversidad. Estudios de recepción televisiva en México”. Se publicó en: LOMBARDO GARCÍA (Coord.): *La comunicación en la sociedad mexicana. Reflexiones temáticas*, editorial: Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, México, pp.173-196.

ORTEGA, Patricia (2003). “Los medios públicos en la agenda global”. Artículo publicado en la *Revista Etcétera*, México, mes de marzo. Se obtuvo el 29 de septiembre de 2007.
<http://www.etcetera.com.mx/pag41ne29.asp>

ORTEGA, Patricia (2005). “Medios públicos y democracia”. En *Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México, A.C. (2005). Democracia y Medios Públicos*. México.

ORTEGA Ramírez, Carmen Patricia (2006) *La otra televisión. Por qué no tenemos televisión pública*. Editorial e/ Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco, México, D.F

OSORIO, J. (2007). “Entre la explotación redoblada y la actualidad de la revolución: América Latina hoy”. *Argumentos*, 20, 11-34.

PÁEZ Álvarez Alfonso (2005) “Los problemas de acceso a la información”. En *Televisión pública: información para todos*. Asociación Iberoamericana de Derecho de la Información y de la Comunicación/Honrad Adenauer Stiftung, Lima, Perú.

PASQUALI, Antonio (2002). “El costo de una radiotelevisión pública. Requiere un presupuesto anual de entre 700 y 900 mdd”. Revista Etcétera, México. "<http://www.etcetera.com.mx/pag58ne43.asp>"

PEREIRA, Fabio Henrique (2010) “El mundo de los periodistas: aspectos teóricos y metodológicos”. Publicado en la Revista Comunicación y Sociedad, número 13, enero-junio de 2010. Departamento de Comunicación Social. Universidad de Guadalajara, México.

PIZARRO, Ramón Daniel (1999). *Responsabilidad civil de los medios masivos de comunicación*. Editorial Hamurabi SRL, Buenos Aires, Argentina.

PONT Vidal Josep (1998). *La investigación de los movimientos sociales desde la sociología y la ciencia política. Una propuesta de aproximación teórica*. Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències Polítiques i Sociologia, 08193 Bellaterra (Barcelona). Recuperado el 12 de diciembre de 2009, Spain <http://ddd.uab.cat/pub/papers/02102862n56p257.pdf>

PRICE, Vincent (1994) *Opinión Pública. La opinión pública. Esfera pública y comunicación*. Paidós, Comunicación, Barcelona, España.

PRIDE, Richard A. (1995). “How Activist and Media Frame Social Problems: critical events Vs performance trends for schools”, *Political Communication* 12, pp. 5-26

RABOTNIKOF, Nora (1997) *El espacio público y la democracia moderna*. Colección Temas de la Democracia Moderna. Serie Ensayos No 1. IFE, México.

RABOTNIKOF, Nora (1997a) *El espacio público: caracterizaciones teóricas y expectativas políticas*. En: *Filosofía política*. Tomo I. Editorial Trotta, Madrid.

RACHLIN, A. (1988) *News as Hegemonic Reality. American Political Culture and the Framing of News Accounts*, Praeger, Nueva York.

RAMÍREZ, Sáiz, Juan Manuel (2006). *Ciudadanía mundial*. ITESO, Universidad Iberoamericana, México.

RAMÍREZ, Sáiz, Juan Manuel (2007). *Descentramiento de la ciudadanía nacional*. ITESO, Cuadernos del Doctorado en Estudios Científico-Sociales II, México.

RAMOS, Ricardo (2001). *Narrativas contadas, narraciones vividas. Un enfoque sistémico de la terapia narrativa*. Editorial Paidós, España.

REESE, Sthepen; GANDY, Oscar y GRANT, August (eds.) (2001). *Framing Public life: perspectives on media our understanding of the social word*. Lawrence Erlbaum, Mahwah, NJ.

REGUILLO, Rossana (1997). "El oráculo en la ciudad: creencias, prácticas y geografías simbólicas ¿una agenda comunicativa?". Se publicó en: Diálogos de la Comunicación No. 49. Editorial: FELAFACS, Perú.

REGUILLO, Rossana (1999). "Anclajes y mediaciones del sentido. Lo subjetivo y el orden del discurso: un debate cualitativo". Se publicó en: Revista Universidad de Guadalajara No. 17 Nueva época, Guadalajara, Jalisco, México, pp. 50-55. <http://www.esnips.com/doc/5ed9674f-2658-49d6-9d33-9bd0e5d1aa8d/Reguillo,-S.-:-Anclajes-y-mediaciones-del-sentido.-Lo-subjetivo-y-el-orden-del-discurso;-un-debate-cualitativo>

REGUILLO, Rossana (2001) "Cuatro Ensayos de Comunicación y Cultura para pensar lo contemporáneo". Se publicó en Oficios Terrestres No. 9/10. Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

REGUILLO CRUZ Rossana (2002): "Políticas de representación. Poder y antropología de la comunicación". Anuario de Investigación de la Comunicación IX, México: CONEICC, pp.37-54.

REGUILLO, Rossana (2004) *Los estudios culturales. El mapa incómodo de un relato inconcluso*. Aula abierta. Lecciones básicas. Portal de la Comunicación. INCOM.

REGUILLO, Rossana (2005) *Horizontes fragmentados. Comunicación, cultura, postpolítica*. El (des)orden global y sus figuras. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), Guadalajara, México.

REGUILLO, Rossana (2007). "Saber y poder de representación. Las disputas por el espacio interpretativo". Comunicación y Sociedad, Nueva Época, Número 8, julio-diciembre, Universidad de Guadalajara, México.

REMISOC-Jalisco (2009). "El Gobierno y sociedad civil en Jalisco". En ¿De qué democracia hablamos? Concertación y pacto social en América Latina. SÁNCHEZ-MEJORADA, Cristina (coomp.). Universidad Autónoma Metropolitana, REMISOC y Terres des hommes France.

SCOLARI, Carlos (2008): *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Editorial Gedisa, Barcelona.

SNOW, David A., BURKE E., WOEDWN, Steven K., BENFORD, Robert D. (1986) "Frame Alignment Process, Micromobilization, and Movement Participation", *American Sociological Review*, pp. 464-481.

- RETAMOZO, M. (2006). "El movimiento de los trabajadores desocupados en Argentina: cambios estructurales, subjetividad y acción colectiva en el orden social neoliberal". *Argumentos*, 19, 145-168.
- RINCÓN, Omar (2001a) "Hacia una televisión pública experimental y gozosa". En *Televisión Pública: del consumidor al ciudadano*. Editorial Convenio Andrés Bello, Bogotá, Colombia.
- RIVA Palacio, Raymundo (1998). *Más allá de los límites: Ensayos para un nuevo periodismo*. Fundación Manuel Buendía: Universidad Iberoamericana, Plantel Santa Fe. México, DF.
- ROBINSON Salazar, VALDÉS, Gilberto y MILLER, N. (2006). *Paradigmas emancipatorios y movimientos sociales en América Latina*. Insumisos latinoamericanos, Argentina.
- RODRIGO Alsina, Miquel (2005). *La construcción de la noticia*. Editorial Paidós, Serie Comunicación 166, Barcelona, España.
- ROSSANDA Rossana (2007). "La izquierda debe ser ante todo anticapitalista". Entrevista a proporcionada Stefano Bocconetti para *Liberazione*, el órgano cotidiano de Refundación Comunista. Publicado en www.sinpermiso.info ocho de julio.
- SÁDABA, Teresa Y JORDI Rodríguez, Virgili (2007). "La construcción de la agenda de los medios. El debate del estatut en la prensa española". *ÁMBITOS*. N° 16 (pp. 187-211)
- SÁDABA, Teresa (2008). *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. La crujía, ediciones. Buenos Aires, Argentina.
- SALAZAR Pérez Robinson y MILLER Nchamah Miller (2007) *Los caminos de la política en América Latina*. Se obtuvo el 22 de diciembre de 2009, <http://www.nodo50.org/arevolucionaria/>
- SANCHEZ RUIZ, Enrique E. (1986a) "La agenda televisiva en México y Guadalajara" en Cuadernos Núm. 2. Guadalajara: U de G.
- SÁNCHEZ RUIZ Enrique E. (2002): "La investigación latinoamericana de la comunicación y su entorno social: notas para una agenda", *Diálogos de la Comunicación* No. 64, Lima: FELAFACS, pp.25-36.
- SANTOS, Boaventura de Sousa (2001). *Los nuevos movimientos sociales*. OSAL, septiembre. Se obtuvo el 20 de diciembre de 2009. <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/osal/osal5/debates.pdf>
- SANTOS, Boaventura de Sousa (2003). *La caída del angelus novus: ensayos para una nueva teoría social y una nueva práctica política*. Instituto Latinoamericano de Servicios

Legales Alternativos (ILSA) y Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales. Bogotá, Colombia.

SANTOS, Boaventura de Sousa (2004). *Democracia de alta intensidad. Apuntes para democratizar la democracia*. Editado por: Unidad de Análisis e Investigación del Área de Educación Ciudadana de la Corte Nacional Electoral, Bolivia. Se obtuvo el 15 de noviembre de 2007.

http://www.cne.org.bo/centro_doc/cuadernos_dia/cuaderno_dia5_democracia.pdf

SANTOS, Boaventura de Sousa (2007) *El derecho y la globalización desde abajo*. Ed. Anthropos, Barcelona, España; Universidad Autónoma Metropolitana, México.

SANTOS, Boaventura de Sousa (2009) *Una epistemología del Sur: La reinención del conocimiento y la emancipación social*. Ed. Siglo XXI, Buenos Aires, Argentina: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.

SAID, E. W. (2003). *Orientalismo*. Random House Mondadori, Barcelona, España.

SEGOB (2008). Cuarta encuesta nacional sobre prácticas políticas y cultura ciudadana. <http://www.encup.gob.mx/encup/?page=cuarta-encup>

SCHÜTZ, Alfred (1993). *La construcción significativa del mundo social. Introducción a la sociología comprensiva*. Editorial Paidós, Barcelona, España.

SNOW, D, BURKE, E., WORDEN, S. y BENFORD, R. (1986) Frame alignment processes, micromobilization, and movement participation, *American Sociological Review*, Vol. 51, n. 4, pp. 464-481.

SNOW, D. y BENFORD, R. (1988) Ideology, frame resonance, and participant mobilization, *International Social Movement Research*, Vol. 1, pp. 197-216.

SNOW, D. A. y BENFORD, R. D. (1992). "Master frames and cycles of protests", en MORRIS y MULLER (eds.), *Frontiers in social movement theory*, Yale University Press, New Heaven

SOLÍS, Beatriz (2008). "Democracia, regulación de medios de comunicación y nuevos actores políticos". En De la Peza, María del Carmen (2008). *Comunidad y desacuerdo. Comunicación, poder y ¿nuevos? sujetos de la política*. Fundación Manuel Buendía, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología y Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco, México, DF.

STIGLITZ, Joseph (2002), *El Malestar en la globalización*, Ed. Taurus, Madrid. Capítulo IX: Camino hacia el futuro (Pp. 299-348).

TANKARD, J., HENDRICKSON, L., SILBERMAN, J., BLISS, K. y GHANEM, S. (1991) *Media frames: approaches to conceptualization and measurement*, comunicación presentada a la *Association for Education in Journalism and Mass Communication*, Boston.

TANKARD, James (2001). "Media frames: approaches to conceptualization and Measurement". Ponencia presentada en *Communication Theory and Methodology Division Association for Education in Journalism and Mass Communication Convention*, Boston, EUA.

TARROW, Sidney (1997). *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Alianza Universal, Madrid, España.

TERRAZAS, Ana Cecilia (2004). *Suave patria. Periodismo en la radio pública*. Revista Etcétera, agosto. México. Se obtuvo el 9 de septiembre de 2007 <http://www.etcetera.com.mx/pag32ne46.asp>

THOMPSON, John B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Editorial Paidós, Barcelona, España.

THOMPSON, John B (2001). *El Escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*. Editorial Paidós. Barcelona, España.

TIJERINA, J. (1998). "Los movimientos sociales y la acción colectiva. De la producción simbólica al cambio de valores". En IBARRA y TIJERINA, *Los movimientos sociales. Transformaciones políticas y cambio cultural*. Editorial Trotta, Madrid.

TREJO Delarbre, Raúl (2005). *Ser y parecer. Para que tengamos auténticos medios públicos*. http://raultrejo.tripod.com/Mediosensayos/Medios%20publicos%20ser_y_parecer%202005.html. Participación en el Segundo Congreso Internacional Los Medios Públicos de Cara a la Democracia, desarrollado el 30 de septiembre de 2005.

TREJO Delarbre, Raúl (2005a). "Medios: el nuevo poder real ante el Estado mexicano". Ensayo publicado en Alberto Aziz Nassif y Jorge Alonso Sánchez, *Sociedad civil y diversidad*, Tomo III de *El Estado mexicano: herencias y cambios*. CIESAS y Miguel Ángel Porrúa, México, 2005, pp. 141-166.

HYPERLINK

"http://raultrejo.tripod.com/Mediosensayos/Elnuevopoderreal_libroCIESAS_2005.html"

TRÍAS, Eugenio (2006): "La idea del límite". En Andrés Ortiz-Oses y Patxi Lanceros (Editores), *La interpretación del mundo. Cuestiones para el tercer milenio*. Barcelona: Anthropos/Universidad Autónoma Metropolitana-I. pp. 169-190.

TUCHMAN, Gaye (1999). "La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas", CIC 4, Madrid, España.

VALENZUELA Arce, José Manuel (1999) "Interculturalidad y Estados Nacionales". Publicado en: Reguillo y Fuentes (coords.), *Pensar las Ciencias Sociales Hoy. Reflexiones desde la cultura*. ITESO, Guadalajara.

VALENZUELA Arce, José Manuel (2000). *Norteños ayankados. Discursos y representaciones de la frontera*. Se publicó en: *Comunicación y Sociedad* No. 38. Editorial: DECS Universidad de Guadalajara.

VALENZUELA Arce, José Manuel (2003). *Los estudios Culturales en México*. Fondo de Cultura Económica/CONACULTA, Biblioteca Mexicana. Serie Sociología. México.

VAN DIJK, Teun A. (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Editorial Paidós, Barcelona, España.

VAN DIJK, Teun A. (2006). *Networks: the nervous system of society*. En *The Network Society*. 2a ed. Primera edición: 1999. Londres: SAGE.

VASCONCELOS Lopes Ferreira, Ruth (1994). *Movimentos sociais e partidos políticos*. *Estudos Sociedade e Agricultura*, 3, novembro: 166-176. Se obtuvo el 5 de diciembre del 2009.

<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/brasil/cpda/estudos/tres/ruth3.htm>

VERON, Eliseo (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Editorial Norma, Bogotá, Colombia.

VEYRAT-Masson y Daniel Dayan (1997) *Espacios Públicos en imágenes*. Editorial Gedisa. Colección EL MAMÍFERO PARLANTE, Barcelona, España.

VILLAMIL, Jenáro (marzo de 2003). "En la indefensión jurídica". En *Revista Etcétera*. <http://www.etcetera.com.mx/pag61ne29.asp>

VILLAMIL, Jenaro (2005). *La televisión que nos gobierna. Modelo y estructura desde sus orígenes*. Editorial Grijalbo, México.

VILLANUEVA, Ernesto (abril, 2007). "Medios públicos: mitos y realidades". En *Revista Etcétera*. HYPERLINK "<http://www.etcetera.com.mx/pag33-36cne78.asp>"

VILLASANTE, Tomás R. (1998) *Cuatro redes para mejor-vivir: De las redes sociales a las programaciones integrales*. Editorial Lumen-Humanitas, Buenos Aires, Argentina.

VIZER, Eduardo A. (2003). *La Trama (in)visible de la vida social. Comunicación, sentido y realidad*. La Crujía, Ediciones. Buenos Aires, Argentina.

VON Zuben, AQUILES, Newton y GALLO (2005). "Escenarios de ruptura y valores compartidos en la conquista de la ciudadanía". En *La construcción de la ciudadanía en el siglo XXI*. Ediciones Octaedro/Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación de la Ciencia y la Cultura (OEI), Barcelona España.

WALLERSTEIN, Emmanuel (1996). *Abrir las Ciencias Sociales*. Siglo XXI/CIH UNAM, México.

WALLERSTEIN, Immanuel (2007) *Universalismo europeo. El discurso del poder*. Edición en inglés: 2006. México, Siglo XXI.

WEBER, Max (1974). *Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*. Tomo I. Ed. Fondo de Cultura Económica, México.

WILLIAMS Raymond (1977). *Marxismo y Literatura*. Editorial Paidós, Barcelona, España.

WINOCUR, Rosalía (2002). *Ciudadanos mediáticos: la construcción de lo público en la radio*. Ed. Gedisa, Barcelona, España.

WOLF, Mauro (1994) *Investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Editorial Paidós, México.

WOLTON, Dominique (1995) "La comunicación política: construcción de un modelo". En Jean-Marc Ferry, Dominique Wolton y otros "El nuevo espacio público". Editorial Gedisa, colección El Mamífero Parlante, Serie Mayor, Barcelona, España.

WOLTON, Dominique (2000). *Internet ¿Y después?* Editorial Gedisa, España.

ZERMEÑO Flores, Ana Isabel (1997). "Propuesta metodológica: la previsibilidad como lazarillo para la apropiación de discursos narrativos". Se publicó en: Estudios sobre las Culturas Contemporáneas Vol. III, época II No. 6. Editorial: Programa Cultura Universidad de Colima.

ZIBECHI, R. (2007). *Dispersar el poder. Los movimientos como poderes antiestatales*. Taller de la Casa del Mago. Guadalajara, México.

ZIRES, Margarita (2008). "Nuevas subjetividades políticas y estrategias de visibilidad: El movimiento social de la APPO". En De la Peza, María del Carmen (2008). *Comunidad y desacuerdo. Comunicación, poder y ¿nuevos? sujetos de la política*. Fundación Manuel Buendía, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología y Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco, México, DF.
Direcciones electrónicas.

Direcciones electrónicas.

<http://www.bibliojuridica.org/libros/libro.htm?l=149>

<http://www.bibliojuridica.org/libros/libro.htm?l=149>

<http://www.netcom.es/pnavarro/publicaciones/ComplejidadSocial>.

<http://www.directorio.gob.mx/www.php?categoria=97>

http://www.directorio.gob.mx/www.php?categoria=97_
<http://cultura.jalisco.gob.mx/index.html>
<http://www.encup.gob.mx/encup/?page=cuarta-encup>
http://docencia.izt.uam.mx/chaa/publicaciones_archivos/Publicaciones/TeoriaFraming/Chihuahu1999a.pdf
http://docencia.izt.uam.mx/chaa/index_publicaciones_movimientos_sociales.html
<http://www.catolicasporelderechoadecidir.org/inicio.php>
<http://perio.unlp.edu.ar/teorias2/textos/articulos/gimenez.pdf>
(http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/56-02MariaVassallo.pdf)

Anexo 1. Parrilla programática. Ubicación del flujo externo al noticiero *Enfoques*.

Programación de canales 20:00 hrs.

Canal	Lunes 30	Martes 31	Miércoles 1	Jueves 2	Viernes 3
Canal 5	<i>Pelicula mexicana</i>	<i>Malcolm el de en medio</i>	<i>Malcolm in the middle</i>	<i>Malcolm el de en medio</i>	<i>Malcolm el de en medio</i>
Galavisión	<i>Las Noticias por Adela</i>				
Canal 9	<i>Un gancho al corazón</i>	<i>Gancho al Corazón</i>			
Canal 4	<i>GDL Deportes</i>				
Azteca 7	<i>Los Simpson</i>	<i>Los Simpson</i>	<i>The Simpson</i>	<i>Los Simpson</i>	<i>Los Simpson</i>
Azteca 13	<i>Pobre rico, pobre</i>	<i>Pobre rico, pobre</i>	<i>Pobre rico, pobre</i>	<i>Pobre rico pobre</i>	<i>Pobre rico pobre</i>

Anexo 2. Parrilla programática. Ubicación del flujo externo al noticiero *GDL Noticias*.

Programación de canales 21:00 hrs.

Canal	Lunes 30	Martes 31	Miércoles 1	Jueves 2	Viernes 3
Canal 5	<i>Drake & Josh</i>	<i>Drake & Josh</i>	<i>Drake & Josh</i>	<i>TV de noche</i>	<i>Drake & Josh</i>
Galavisión	s/d	s/d	<i>Los comediantes</i>	<i>La escolita VIP</i>	<i>Los comediantes</i>
Canal 9	<i>Fuego en la sangre</i>	<i>Fuego en la Sangre</i>			
Canal 4	<i>GDL Noticias</i>	<i>GDL Noticias</i>	<i>GDL Noticias</i>	<i>GDL Noticias</i>	<i>GDL Noticias</i>
Azteca 7			<i>Pelicula.</i>	<i>Almas Perdidas</i>	
Azteca 13	<i>Contrato de amor</i>	<i>Contrato de amor</i>	<i>Contrato de amor</i>	<i>Contrato de Amor y Deseo Prohibido</i>	<i>Contrato de Amor y Deseo Prohibido</i>
Canal 7	s/d	s/d	s/d	<i>El manual de Carreño</i>	<i>Deportes</i>

Anexo 3. Cortinilla del noticiero *Enfoques*.

Canal 7	Viernes 3 C7 Cortinilla de entrada (37'43'')	Alcance	Dimensión
1	Confian en debate serio en el congreso. Propone el Presidente al legislativo consumo de drogas bajo prescripción médica. El gobierno de Jalisco estaría de acuerdo.	Nacional	Política-salud-seguridad
2	Bajo la mira de la DEA. Vinculan empresas farmacéuticas instaladas en Jalisco con el cartel de los Amezcuca.	Internacional-local	Política-seguridad-salud
3	Prioritario fijar metas y atender resultados. "En el combate al hampa no hay cabida a rumores señala el gobernador de Jalisco."	Local	Política-seguridad
4	Gobierno de Jalisco abre centros de acopio. "Sigue la contingencia por lluvias suman mas de 400,000 los afectados en Veracruz y Tabasco."	Local	Política-social
5	Desalojo total antes de 15 días. "Permanece sin clases el Colegio Cervantes Colomos, se dio tolerancia de diez años argumenta la arquidiócesis de Guadalajara."	Local	Política-educación

Anexo 4. Contenidos de los bloques del noticiero *Enfoques*.

Viernes 3 Enfoques	No.	Bloque 1 7'57''	Alcance	Dimensión	Género	Sujeto	Institución	Referencialidad
	1	El presidente Felipe Calderón propuso al senado la despenalización del consumo personal de drogas en pequeñas cantidades. Jalisco	Nacional	Política-seguridad	Noticia	Felipe Calderón Fernando Guzmán Pérez Peláez (Secretario Gral. De Gobierno)	Cámara de Diputados Secretaría General de Gobierno	Informativa

		apoyaría esa medida en caso de aprobarse.						
	2	El gobierno de Estados Unidos emitió una lista de 6 empresas farmacéuticas que según ellos están relacionados con el narcotráfico. Esta determinación, esta opinión del gobierno norteamericano afecto ya una empresa farmacéutica aquí en Zapopan.	Internacional-local-Zapopan	Política-salud-seguridad	Reportaje	Telésforo, Luis Alfonso y Rolando tirado (Ejecutivos del grupo Collins) Carlos Lomelí Bolaños (Lumed SA DE CV) Javier Pulido Valdivia y Rosalinda Arredondo Topete (dueña y directora general de laboratorios Linmarc) Fernando Guzmán Pérez Peláez (Secretario general de Gobernación) Tomás Coronado Olmos, (Procurador de Justicia de Jalisco).	Grupo farmacéutico Collins Departamento del Tesoro. Salud Natural Mexicana, la tienda de auto partes American Antant y la farmacia Yarlín.	Informativa-valorativa
	3	El gobernador del estado entregó equipo, vehículos a diferentes municipios en el estado para poder incrementar la seguridad.	Local-Jalisco	Política-seguridad	Noticia	Emilio González	Municipios Poder ejecutivo estatal	Informativa-valorativa
	4	Chihuahua, las autoridades judiciales investigan la muerte de 20 personas a balazos entre ellas cuatro agentes de la policía municipal, un ex militar, un abogado y un empresario. En Veracruz en medio de la alerta por el temporal de lluvias 300 estudiantes fueron desalojados por amenaza de bomba. En Durango en el municipio Vicente Guerrero encontraron los cadáveres de 27 personas En este marco, menores que participan en el sexto parlamento	Nacional-Chihuahua, Durango, Veracruz.	Política-seguridad	Noticia	Asesinados Estudiantes desalojados Niños de parlamento infantil	Poder judicial	Informativa

		infantil de los niños y las niñas de México exigieron mayor seguridad a las autoridades.						
	5	El gobierno mexicano ha fallado en su estrategia para abatir la seguridad porque los crímenes en toda la república mexicana continúan, así lo señaló el presidente de la comisión nacional de derechos humanos, José Luis Soberanes. Esto, después de los atentados en Morelia.	Nacional	Política-seguridad	Noticia	José Luis Soberanes.	CNDH	Informativa
	6	Cambio de la mesa directiva del Consejo Nacional Ciudadano. Su nuevo presidente Abel a la Torre Osuna destacó que los gobiernos no pueden decidir de forma autoritaria y absoluta el destino de México si no que se debe de escuchar la voz de l pueblo.	Nacional	Política-social	Noticia	Abel Alatorre Osuna (vocal ciudadano)	Consejo Nacional Ciudadano	Informativa
	7	Este viernes inicio formalmente el proceso electoral en el periodo 2008-2009 el presidente consejero del IFE Leonardo Valdés Zurita llamo al Gobierno, partidos políticos y a la ciudadanía y autoridades electorales tener un frente común ante las situaciones adversas que enfrenta el país.	Nacional	Política-electoral	Noticia	Leonardo Valdés Zurita (Consejero presidente del IFE).	IFE Partidos	Informativa
Viernes 3 Enfoques	No.	Bloque 2 6'21''	Alcance	Dimensión	Género	Sujeto	Institución	Referencialidad
	1	Padres de familia del Colegio Cervantes Colonos piden que les permitan a sus hijos terminar el ciclo escolar. Continúan las negociaciones en el Colegio Cervantes Colomos entre los	Local	Política-educación	Reportaje	Juan Carlos Sainz del Toro (Presidente de padres de familia) José Miguel Veliz (Director Niños (estudiantes) Antonio Gutiérrez	Arzobispado. Colegio Cervantes. Sociedad de Padres de familia.	Informativa-valorativa

		padres de familia la secretaria de educación Jalisco y el Arzobispado confirma.				Montaño (vocero del arzobispado de Guadalajara)		
	2	Debido al aumento del frío de los últimos días, incremento el número de usuarios el albergue las palmas del DIF Guadalajara que se ubica en el núcleo del parque Agua azul, ahí están necesitando el apoyo de la ciudadanía para la dotación de víveres.	Local-Guadalajara	Social-desastre	Reportaje	Ramón López Ramírez (Coordinador del Albergue)	DIF	Informativa-conminativa
	3	Los estados de Veracruz y Tabasco han sido afectados por las inundaciones. La Secretaría de Gobernación informa que mantiene monitoreo sobre las zonas afectadas.	Nacional	Social-desastre	Noticia	Afectados	Secretaría de Gobernación	Informativa
	4	El DIF Jalisco ya tiene un plan que incluye el funcionamiento de centros de acopio	Local	Social-desastre	Noticia	Luis Rodríguez Peña (Coordinador de Protección Civil)	Protección Civil	Informativa-valorativa-conminativa
	5	Griselda Iñiguez la Directora de Comunicación Social de la SVyT da un reporte de la vialidad en la ciudad.	Local-Guadalajara	Social-vialidad urbana	Reporte	Griselda Iñiguez (Directora de Comunicación Social de la SVyT)	SVyT	Informativa
Viernes 3 Enfoques	No.	Bloque 3 5'33''	Alcance	Dimensión	Género	Sujeto	Institución	Referencialidad
	1	Estudiantes de medicina y psicología del CUCS, y expertos, están dialogando sobre las consecuencias de legalizar el aborto en Jalisco. Proponen permitirlo en Jalisco.	Local	Política-jurídica-social-salud	Noticia	Estudiantes Expertos Araceli Prieto Álvarez (Red de derechos reproductivos)		Informativa
	2	Ultiman detalles para la romería del 12 de octubre. Llamado a evitar penitencias extremas.	Local	Social-seguridad	Noticia	Virgen Devotos		Informativa
		Corte 1' 5''						
Viernes 3	No.	Bloque 4 6'56''	Alcance	Dimensión	Género	Sujeto	Institución	Referencialidad

Enfoques	No.	Bloque 4 6'56''	Alcance	Dimensión	Género	Sujeto	Institución	Referencialidad
	1	Invitación a una exposición de fotos que celebra los primeros cien programas del programa de radio La Caja Mágica.	Local	Cultural-artística	Invitación	Fotógrafos	SJRyT	Informativa
	2	Invitación al Festival de las Flores de Mazamitla Presidente municipal de Mazamitla Eduardo Anaya Ruan.	Local-Mazamitla	Cultural-turístico	Invitación	Eduardo Anaya Ruan (Presidente municipal de Mazamitla).	Ayuntamiento	Informativa-conminativa-valorativa
Viernes 3 Enfoques	No.	Bloque 4 6'56''	Alcance	Dimensión	Género	Sujeto	Institución	Referencialidad
	1	La selección mexicana de football tiene nuevos convocados, hoy la comisión de selecciones nacionales presentó la lista de 23 jugadores para los partidos eliminatorios rumbo al mundial Sudáfrica 2010.	Nacional	Cultural-deportiva	Noticia		Selección mexicana	Informativa
	2	La selección mexicana de gimnasia rítmica que entrenaba en el estadio Panamericano de la unidad López Mateos tuvo que dejar su espacio para ceder instalaciones al campeonato mundial juvenil de boxeo que comenzará a partir de la próxima semana con la llegada de la selección mexicana y los equipos europeos de la disciplina.	Local-Guadalajara	Cultural-deportiva	Noticia		Selección Mexicana de Gimnasia Rítmica	Informativa
	3	Este sábado a medio día llegará a Ciudad Guzmán la antorcha olímpica que en 1968 inauguró los juegos olímpicos de México, proveniente de Cuauhtémoc, Colima y con rumbo a Guadalajara.	Local-Ciudad Guzmán	Cultura-deportiva	Noticia		Municipio	informativa
	4	Estados Unidos el	Internacio	Economía-	Noticia	Presidente	Cámara de	informativa

		Presidente George W. Bush promulgó ya el paquete financiero de rescate económico, el documento incluye un aumento del seguro bancario y extensiones fiscales. La iniciativa fue además aprobada por la cámara de representantes.	nal-EUA	finanzas		George W. Bush	Representantes	va
	5	Espacio de saberes y sugerencias sobre aspectos cotidianos: diversión e influencia el presupuesto. Divertirse mejor en la casa que en el centro comercial.	Local	Economía-consumo	Opinión	Mujer		Informativa-valorativa-conminativa
	6	El DIF y el IMSS de Zapopan se preparan para la romería del 12 de octubre	Local	Social-seguridad	Invitación		DIF IMSS	Informativa-conminativa
Salida								

Anexo 5. Contenido de los promocionales del noticiero *Enfoques*.

Canal 7		Viernes 3 C7 Promocionales (1'58'')	Alcance	Dimensión
	1	Central de Abastos	Local	Económica-consumo
	2	Promocionales del Canal 7 (C7)	Local	Medio
	3	Fiestas de Octubre	Local	Cultural-económico
	4	Gobierno de Jalisco – Seguridad Pública	Local	Seguridad pública
	5	Gobierno Federal	Nacional	

Anexo 6. Cortinilla de entrada del noticiero *GDL Noticias*.

Canal 4		Viernes 3 de octubre GDL Noticias. Cortinilla de entrada 1' 15''	Alcance	Dimensión
	1	Robo a joyería en centro comercial en Guadalajara, aseguran que los responsables del acontecimiento han sido identificados. "Plenamente identificada la banda de ladrones que asaltó una joyería en plaza comerciar de Guadalajara, con la misma estrategia asaltaron negocio en Durango"	Regional	Social-seguridad
	2	Localizan el cadáver de un señor en un taxi. "Localizan el cuerpo de un hombre en un taxi, estaba envuelto en una alfombra"	Local	Social-seguridad
	3	No existe fecha para la reapertura de la unidad de trasplantes en el hospital civil. "No hay fecha para la reapertura de la unidad de trasplantes en el hospital civil, el secretario general de gobierno asegura que en el caso de Rodríguez Sancho prevaleció la justicia"	Local	Social-salud
	4	Es descartada la posibilidad de un brote epidémico de hepatitis en una primaria en Tlajomulco. "¡Falsa alarma! Descartan un brote de hepatitis en una primaria de Tlajomulco de Zúñiga"	Local	Social-salud
	5	"El colombiano Sebastián Nieto Salazar se convirtió en el director del macrobús"	Local	Política-vialidad urbana
	6	"Interminable la obra en la calle Mariano Bárcenas, la reparación va a 'paso de tortuga' "	Local	Política pública-urbana
	7	"Y en los Estados Unidos, la cámara de representantes dio luz verde al plan de rescate financiero"	Internacional	Economía-finanzas

Anexo 7. Contenidos de los bloques del noticiero *GDL Noticias*.

Viernes 3 GDL Noticias	No	Bloque 1 (14')	Alcance	Dimensión	Género	Sujeto	Institución	Referencialidad
	1	El asalto a una joyería en un centro comercial de Zapopan, forma parte de otro atraco que cometieron en Durango.	Regional	Social-seguridad	Noticia	Asaltantes		Informativa-valorativa
	2	Jalisco, Distrito Federal y otros estados, se coordinarán para ver si pueden detener a estos mafiosos	Nacional	Social-seguridad	Noticia	Tomás Coronado (Procurador de Justicia de Jalisco)	Procuraduría de Justicia de Jalisco,	Informativa-valorativa
	3	A finales de este mes, se evaluará si se ha cumplido con los compromisos de seguridad, justicia y legalidad del gobierno. Se proporcionan datos de la inversión del gobierno estatal en equipo y patrullas. Entre los municipios beneficiados están Ocotlán, Ameca, La Huerta, Cihuatlán y Villa Corona. El gobernador salió a defender a la policía de Jalisco	Local-Ocotlán, Ameca, La Huerta, Cihuatlán y Villa Corona.	Política-seguridad	Noticia	Emilio González	Poder ejecutivo estatal	Informativa
	4	En manos de la burocracia el financiamiento federal para seguridad pública, varios municipios de Jalisco, aún no han recibido en su totalidad estos recursos. La cámara de diputados dará todo el respaldo al ejecutivo federal en sus propuestas económicas en materia de seguridad pública. -eh- y testimonios, que	Local-Jalisco	Política-económica	Noticia	El secretario de la comisión de presupuestos, Javier Guerrero,	Cámara de Diputados	Informativa

		no se han entregado las partidas presupuestales en su totalidad.						
	5	No hay duda que el mejor transplantólogo es Luis Carlos Rodríguez Sancho, dice el secretario general de gobierno, sin embargo, comenta que se equivocó al cobrar en una institución pública	Local	Política-salud	Noticia	Fernando Guzmán, (Secretario general de gobierno)	Hospital Civil	Informativa
	6	Aumenta la tensión: inundaciones en Tabasco, ya son 250 mil los afectados por las lluvias y desbordamientos de ríos. Se evacuaron 3500 personas de siete comunidades, 90 % de los comercios están totalmente cerrados.	Nacional	Social-desastres	Noticia	Afectados por las lluvias		Informativa
	7	Veracruz se está viendo afectado por los desastres naturales. Protección civil informo que se han visto afectadas más de 10 mil casas de 73 municipios. Se han desbordado 44 ríos y 19 arroyos. Las autoridades han abierto 60 albergues donde hasta esta noche, permanecen 4500 personas	Nacional-Veracruz	Social-desastres	Noticia	Afectados	Protección Civil	Informativa-valorativa
	8	La Cámara de Representantes de EU dio luz verde al plan de rescate financiero de 700 mil millones de dólares propuesto por el gobierno de Bush.”	Internacional-EUA	Economía-Finanzas	Noticias	Ellen Tauscher, (Congresista Demócrata) Nancy Pelosi, (Presidenta de la Cámara de Representantes) John Bohener (Líder de la minoría demócrata) Barack	Cámara de Representantes. Presidencia de los EUA	Informativa

						Obama (Candidato presidencial demócrata) John McCain (Candidato presidencial republicano).		
	9	La empresa farmacéutica LOMEDIC se deslinda de cualquier relación con la familia Amezcua y el narcotráfico tal y como lo señaló el gobierno de Estados Unidos, los acusa de estar mezclados en negocios ilícitos.	Local-Internacional	Política-seguridad	Noticia	Carlos Lomelí Bolaños (director de LOMEDIC) Familia Amezcua-Contreras . presidente Felipe Calderón a quien	Poder ejecutivo Gobierno de Estados Unidos	Informativa-valorativa
	10	Los 8 hombres encontrados ejecutados en Tijuana Baja California ayer, pues podrían ser albañiles contratados aquí, en Guadalajara. Se presentan varias graficas del supuesto narcotúnel que estaban construyendo.	Nacional	Política-seguridad	Noticia	El vocero oficial de la procuraduría de Justicia Jalisciense, Lino González Corona. Fernando Sánchez Arellano (presunto cabecilla del cartel de los Arellano-Félix)	Procuraduría de Baja California	Informativa-valorativa
		Corte 1						
Viernes 3 GDL Noticias	No	Bloque 2	Alcance	Dimensión	Género	Sujeto	Institución	Referencialidad
	1	En zapopan fue encontrado un hombre ejecutado en el interior de un taxi, la víctima tenía varios días desaparecido.	Local-Zapopan	Social-seguridad	Noticia	Ricardo Núñez Flores (Muerto) Aldo Méndez (Comandante de policía de Zapopan).	Policía Zapopan	Informativa-valorativa
	2	“Bajo arraigo la mujer ligada a los zetas que dio muerte a un policia investigador, esto en Lagos de Moreno.”	Regional-Lagos de Moreno	Social-seguridad	Noticia	Jazmín Yesenia Delgadillo (ligada a los Zetas) Menor (13 años-detenido) Gabriel Lara Reyes, Heriberto Nuño Salas y Víctor Tadeo Ramos Gutiérrez (investigadores emboscados)		Informativa-valorativa

						y acribillados)		
	3	Y en la colonia el Sauz de Guadalajara, encuentran a un hombre degollado.	Local-Guadalajara	Social-seguridad	Noticia	Julio Díaz (policía de Guadalajara) Antonio Francisco Martínez García (asesinado)	Policía de Guadalajara	Informativa-valorativa
	4	En la colonia Lomas de la Vista de Zapopan fue encontrado el cuerpo de un hombre calcinado, se desconoce quien lo asesinó.	Local-Zapopan	Social-seguridad	Noticia	Jorge Hernández, (policía de Zapopan), y la segunda a Moisés Hernández (Albañil, testigo)	Policía Zapopan	Informativo-valorativo
	5	Invitación a luchar en contra de la delincuencia, contra la violencia y la inseguridad en las calles	Nacional	Social-seguridad	Promocional		Secretaría de la Defensa Nacional	Informativa-conminativa
	6	El Presidente Municipal de Guadalajara Alfonso Petersen reconoció el esfuerzo de los brigadistas comunitarios para salvaguardar la seguridad de la ciudadanía.	Local	Política-social	Noticia	Brigadistas. Alfonso Petersen.	Ayuntamiento Protección Civil	Informativa-valorativa
		Corte 2						
Viernes 3 GDL Noticias	No	Bloque 3	Alcance	Dimensión	Género	Sujeto	Institución	Referencialidad
	1	Nombran al Colombiano Sebastián Nieto Salazar como director del macrobus.	Local	Social-vidualidad	Reportaje	Sebastián Nieto Salazar (director del macrobus) Diego Monraz (Director de Siteur)	Siteur	Informativa-valorativa
	2	El presidente de la Comisión de Hacienda de la Cámara de Diputados, Estefan Garfias señaló que el Gobierno Federal tendrá que reducir las expectativas de crecimiento económico e ingresos para el 2009.	Nacional-internacional	Política-Económica	Noticia	Estefan Garfias (Presidente de la Comisión de Hacienda de la Cámara de Diputados)	Cámara de Diputados	Informativa-valorativa
	3	Falsa alarma con el brote de	Local	Social-salud	Noticia	Héctor Javier Olmos (Niño)	Escuela	Informativa-valorativa



		hepatitis en una escuela del fraccionamiento de jardines de san Sebastián.				Erika Díaz (enfermera) Doctora del plantel		
	4	Tardanza en terminar las mejoras en las calles. Obra de pavimentación, que empezó hace 5 meses en la calle de Mariano Bárcenas, son 6 cuadras. Entre Jesús García y hospital que han permanecido cerradas (fallas técnicas) circular por las obras de ayuntamiento de Guadalajara y del SIAPA.	Local-Guadalajara	Social-infraestructura	Noticia	Fernando Desabre (afectado) Luis Manuel Valdivia (afectado)	Ayuntamiento	Informativa
	5	En el día del servidor público, el dirigente de la burocracia de Jalisco Juan Pelayo lanzo elogios a diestra y siniestra. Juan Pelayo dice que los burócratas dan la vida por la chamba; que también hay incompreensión de algunos jefes. El presidente del congreso Enrique Alfaro sufrió de amnesia, decía no saber cómo se aprobó una millonada para indemnizar a consejeros electorales, su coordinador Samuel Romero le refresco la memoria. Al Diputado de la Nueva Alianza, Juan Díaz Medina le urge regresar ala escuela, es un desconocedor absoluto. El Director de la Comisión del agua, acuña a nuevos términos.	Local-Jalisco	Político-burocracia	Segmento-entreteneimiento	Juan Pelayo (dirigente de los burócratas) Enrique Alfaro (Presidente del congreso) Samuel Romero (Diputado) Leonardo García Camarena Juan Díaz Medina (Diputado de Nueva Alianza) Director de Agua	Sindicato Congreso. Partido Nueva Alianza. Comisión del agua.	Informativa-valorativa
Viernes 3	No	Corte 3	Alcance	Dimensión	Género	Sujeto	Institución	Referencialidad
		Bloque 4						

GDL Noticias								
	1	A raíz de los constantes robos en medidores del agua el Siapa analiza sustituirlos por otro material eficientes e inactivos para los manotazo Siapa y luego la ratifiquen.”	Local-ZMG	Social-seguridad	Noticia	Abraham Cisneros (Gerente comercial de Siapa)	Procuraduría Policía	Informativa
		Corte y salida						

Anexo 8. Comerciales en el Noticiero *GDL Noticias*.

Comerciales GDL Noticias		Viernes 3	
Primer corte comercial (3'21'')			
Empresa	Producto/servicio	Duración	
1 Motormexa	Motores		
2 PlayCity	Juegos		
3 Tecate presentando a Los Tigres del Norte	Espectáculo		
4 Fiestas de Octubre	Diversión		
5 Gobierno de Jalisco – Secretaría de Seguridad Pública	Propoaganda-seguridad		
6 Concierto en el Auditorio Telmex	Espectáculo		
7 Expo terrenos y casas	Inmobiliarios		
8 Expo jeans	Pantalones		
9 Farmacias Guadalajara	Farmacéuticos		
10 Plaza Tesistan.	Poroductos varios		
Segundo corte comercial (4'10'')			
Empresa	Producto/servicio	Duración	
1 Cerveza estrella	Bebida alcohólica		
2 Soriana	Departamentales		
3 Gobierno de Jalisco- la legislatura	Promocional político		
4 Liverpool	Departamentales		
5 Las Fiestas de Octubre	Diversión		
6 The Home Depot.	Muebles		
7 Partido Acción Nacional	Propaganda		
8 Farmacias Guadalajara	Farmacéuticos		
9 IFAI	Seguridad		
10 Teatro Diana	Espectáculos		
Tecate Light	Bebida alcohólica		
Tercer corte comercial (4'19'')			
Empresa	Producto/servicio	Duración	
1 Presentación de boxeo en la calle 2	Espectáculos		
2 Muebles América	Muebles		
3 Secretaría de Seguridad Pública	Seguridad		
4 Nextel	Telefonía		
5 STEREN	Eléctrico		
6 Bonafont	Agua		
7 Fiestas de Octubre	Espectáculos		
8 Cámara de Diputados	Propaganda		
9 Publicidad para los Cabos	Turismo		
10 Fábricas de Francia	Departamental		
11 Show de los Beatles	Espectáculos		
12 Banco Ixe	Finaanzas		
13 Cerveza Tecate.	Bebidas alcohólicas		
Tercer corte comercial (3'53'')			
Empresa	Producto/servicio	Duración	
1 Presentación de boxeo en la calle 2	Espectáculos		
2 Chocomilk	Bebida		
3 Fiestas de Octubre	Espectáculos		
4 Fábricas de Francia	Departamentales		

5	Conciertos	Espectáculos	
4	Gobierno Federal	Propaganda. Reforma petrolera	
5	Home depot	Eléctrico	
6	Nuevo disco de intocable	Entretenimiento	
8	Cybercable	Telecomunicaciones	
9	Cerveza Yndio	Bebida alcohólica	

Anexo 9. Análisis crítico del discurso noticioso, un ejemplo.

Considerando la perspectiva del análisis crítico del discurso, se recuperó una noticia proyectada en el noticiero *Enfoques*, de Canal 7, del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión. La fecha contemplada fue el viernes 3 de octubre del 2009. Por sus características técnicas. Esta noticia se ubicó en el segundo bloque del noticiero; se construyó con 80 tomas; tuvo una duración de 12 minutos con 48 segundos. El objetivo de esta aproximación fue identificar los procesos de visibilización/invisibilización que sobre *lo público/ciudadano* se construyen desde un segmento noticioso. Los recursos analíticos que se utilizaron fueron el tema o asunto, las macroproposiciones, la representación del nosotros (grupos internos), la representación del ellos (grupos externos), los significados implícitos (implicaciones, presupuestos, alusiones y ambigüedades), las formas locales, la estructuración y carácter de las cláusulas, la secuencia lógica argumentativa, las normas, valores y principios ideológicos y los contextos locales y globales.

Texto de la noticia.

Conductora: “El gobernador del Estado entregó equipos, vehículos a diferentes municipios en el estados para poder incrementar la seguridad” (toma 60, carros de policías y un tráiler)

Reportera: “Con objetividad se debe tratar el tema de la seguridad (toma 61- imagen de soldados) no se vale que los rumores distraigan el buen trabajo, (imagen de soldados y una camioneta de policías) que está realizando la autoridad en éste ámbito señaló el gobernador Emilio González Marqués (toma 63- personas sentadas)

Entrevista: (toma 64- Imagen de Emilio dando un discurso)

Emilio: “que conozcan los rumores que no sea la perfección la que nos dirija dentro de nuestro actuar, que cada vez mas sea la realidad objetiva de lo que ocurre en cada rincón de nuestro Estado la que nos ayude a puntualizar las estrategias para buenos resultados.

Reportera: “destacó los buenos resultados que ha tenido en contra de la delincuencia gracias a la coordinación de la delincuencia de los elementos e seguridad”.(toma 55- personas sentadas en la segunda entrega de equipamiento) (**Toma 66- Emilio hablando**)

Emilio: porque en Jalisco sus policías son gente limpia que está comprometida con los ciudadanos que no escucha el canto de las sirenas del narcotráfico que no traicionan a los suyos (toma 67- personas sentadas escuchando)

Reportera: (toma 68- policía al lado de una camioneta), (toma 69 – imagen de varias camionetas y policías) el mandatario estatal entregó 136 camionetas destinados al área de seguridad de 68 municipios los cuales representaron una inversión de 24 millones de pesos (toma 70 – el gobernador hablando con varias personas). Emilio entregó 24 vehículos a la secretaría de vialidad, María Carrillo.

Texto sólo de la conductora y reportera:

Conductora: “El gobernador del Estado entregó equipos, vehículos a diferentes municipios en el estados para poder incrementar la seguridad”

Reportera: “Destacó los buenos resultados que ha tenido en contra de la delincuencia gracias a la coordinación los elementos de seguridad”.

Reportera: “El mandatario estatal entregó 136 camionetas destinados al área de seguridad de 68 municipios los cuales representaron una inversión de 24 millones de pesos Emilio entregó 24 vehículos a la secretaría de vialidad”

Interpretación crítica discursiva.

La conductora visibiliza al Gobernador de Jalisco mediante su inclusión en la presentación de la noticia, a través de un recurso de activación/participación. Lo menciona a partir de su cargo, con lo que lo incluye personalmente a través de una determinación nominativa formalizada, y lo asocia con una función activa, de benefactor, y con una finalidad, que es la de “incrementar la

seguridad”, con lo que opera una inclusión personalizada de determinación categorizada de funcionalización. Con esta última expresión, la conductora da por sentado que la seguridad existe, y que lo que el Gobernador hace con esta medida es aumentarla. A través de su propia nota, la reportera se convierte en la reproductora de lo que dice Emilio González señala, de los buenos resultados que él mismo ha tenido en “contra de la delincuencia”, mediada por la “coordinación de los elementos de seguridad”, los cuales son incorporados en la nota a través del recurso de participación.

Estas son las expresiones discursivas que el Gobernador Emilio González manifestó en esta información noticiosa:

Emilio: “Con objetividad se debe tratar el tema de la seguridad, no se vale que los rumores distraigan el buen trabajo que está realizando la autoridad en éste ámbito, señaló el gobernador Emilio González Marqués”

Emilio: “Que conozcan los rumores, que no sea la perfección la que nos dirija dentro de nuestro actuar, que cada vez mas sea la realidad objetiva de lo que ocurre en cada rincón de nuestro Estado la que nos ayude a puntualizar las estrategias para buenos resultados.

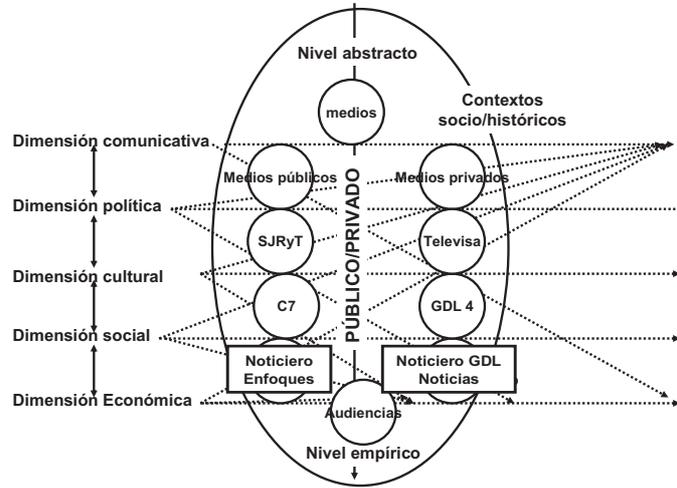
Emilio: “Porque en Jalisco sus policías son gente limpia, que está comprometida con los ciudadanos que no escucha el canto de las sirenas del narcotráfico que no traicionan a los suyos”.

Interpretación analítica.

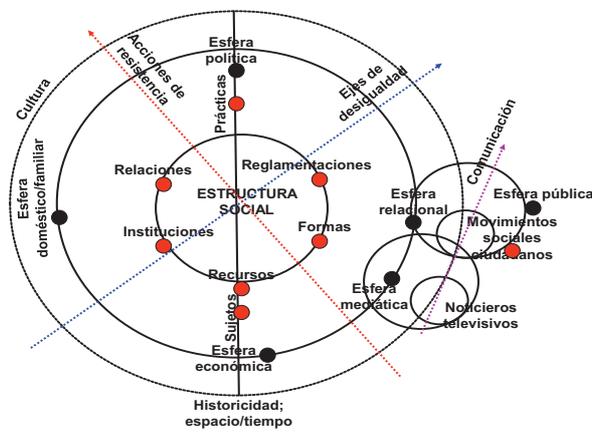
El Yo es la autoridad, los policías, los ciudadanos y el propio Gobernador, que buscan la seguridad con estrategias basadas en la realidad objetiva del Estado. Los Otros son los que portan los rumores, la gente sucia, los que traicionan, los que son narcotraficantes y/o policías corruptos, y que no son de Jalisco. Utiliza el pronombre proclítico *se*, que implica despersonalización de la acción. Al utilizarlo, el Gobernador invisibiliza a quien “debe tratar con objetividad el tema de la seguridad”. Se hace uso del recurso de la exclusión por *backgrounding*, que radica en destacar en qué consiste la acción, al mismo tiempo que se coloca en segundo plano a quien realiza. *No se vale*. Por otro lado, antropomorfiza a los *rumores*, asignándoles la función de distraer.

Además de que visibiliza a la *autoridad*, asociándole con la seguridad, y calificándola positivamente por el buen trabajo “que está realizando”. Pareciera ser que en la forma en que construye sus enunciaciones, Emilio González, separara autoridad de Gobernador, sin embargo, también puede significar que al aprobar el trabajo de la autoridad en materia de seguridad, él está avalando su propio trabajo, en la tanto que como Gobernador representa uno de los poderes en la entidad. De esta manera él termina por auto/visibilizarse. En tanto a los *policías* se les visibiliza por parte del Gobernador como *gente limpia*, comprometida con los ciudadanos. Usa la metáfora del “canto de las sirenas” para referirse a la policía como no seducible. Además de que se les vincula con la no traición, con lo que implícitamente se les coloca como poseedores de valor de la lealtad. Asimismo, se les asigna un lugar, Jalisco, como recurso de construcción de identidad asociada al lugar.

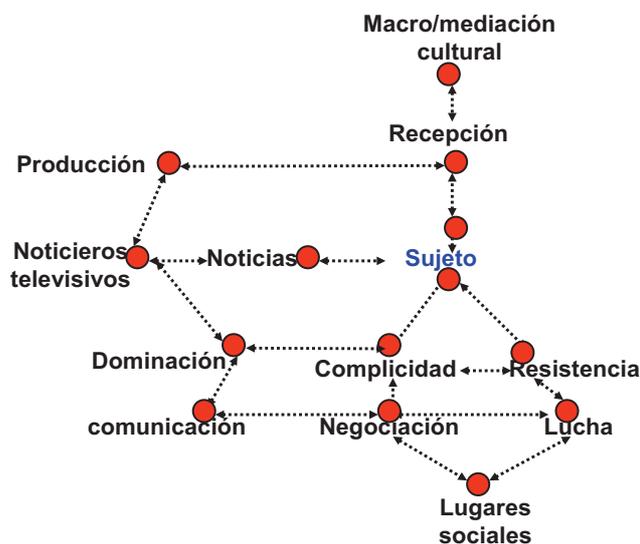
Anexo 10. Mapa inicial de investigación.



Anexo 11. Cartografía de ubicación estructural del estudio.



Anexo 14. Mapa analítico para la comprensión de la disputa en el consumo de noticias.



Anexo 15. Preguntas de entrevista a los dirigentes de los movimientos sociales.

1. ¿En qué consiste el movimiento?
2. ¿Cómo inició tu interés por hacer este trabajo?
3. ¿Cuáles son las principales problemáticas en Guadalajara?
4. ¿Cuáles son las principales características de su organización?
5. ¿Qué es lo público y qué lo privado?
6. ¿Cuáles son las principales propuestas de su organización para enfrentar la problemática de esta ciudad?
7. ¿Qué valoración hace de la televisión abierta que se proyecta en la ZMG?
8. ¿Cuál es su opinión sobre Televisa Guadalajara?
9. ¿Cuál es tu opinión sobre Canal 7 del gobierno estatal?
10. ¿Qué ve usted en televisión?
11. ¿Qué noticiero le gusta ver?
12. ¿Qué piensa de las noticias que se ofrecen por televisión?
13. ¿Qué manejo considera que se le otorga en la televisión a la información sobre los problemas de interés público?
14. ¿Has visto el noticiero de GDL Noticias y el de Enfoques? ¿Cuál es su opinión sobre ellos?
15. ¿Qué relación hay entre movimiento por otra vialidad y movilidad urbana y construcción de ciudadanía en Jalisco?

16. ¿Contribuye la televisión a construir conciencia y participación ciudadana?
17. ¿Qué importancia reviste la información noticiosa televisiva para visibilizar los problemas y las alternativas a los problemas sociales?
18. ¿Puede un noticiero televisivo favorecer la construcción de ciudadanía?
19. ¿Cuál sería el ciudadano ideal en Guadalajara?
20. ¿Cuál sería un noticiero televisivo ideal a construir en estas condiciones?

APPO Asamblea Popular de los Pueblos de Oaxaca.

C7 Canal 7.

CESJAL Consejo Económico y Social de Jalisco para el Desarrollo y la Competitividad.

CEJ Colectivo Ecologista Jalisco.

CIC Campamento Informativo Ciudadano.

CNN Cable News Network.

COLEGA O Colectivo Lésbico, Gay de Occidente

EPR Ejército Popular Revolucionario

GDL Guadalajara.

GVA Gómez Vázquez Aldana.

IFE Instituto Federal Electoral

ISSSTE Instituto de Servicios y de Seguridad Social de Trabajadores del Estado.

ITESO Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.

LGBT Lesbianas, gays, bisexuales y transexuales.

MAPDER Movimiento Mexicano de Afectados por las Presas y en Defensa de los Ríos.

PAN Partido de Acción Nacional

PRD Partido de la Revolución Democrática.

PRI Partido Revolucionario Institucional.

SAGARPA Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación

SCJN Suprema Corte de Justicia de la Nación.

SCT Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

SJRTV Sistema Jalisciense de Radio y Televisión.

SME Sindicato Mexicano de Electricistas.

UNAM Universidad Nacional Autónoma de México.

Figuras, tablas y gráficas.

Figuras.

- Figura 1. Concepto ordenador como eje y referentes empíricos /6
- Figura 2. Ciudadanía: ejes, dimensiones y enfoques. /106
- Figura 3. Movimientos sociales, ciudadanía y *lo público*/126.
- Figura 4. Cartografía general de investigación/ 173
- Figura 5. Matriz analítica del proceso de *communicative framing*/178
- Figura 6. Niveles estructural e intersubjetivo en la aproximación al *communicative framing*/183
- Figura 7. Enmarcamiento de lo público y lo privado en conductores televisivos /211
- Figura 8. *Communicative framing* del Campamento Informativo Ciudadano /218
- Figura 9. *Communicative framing* del Tianguis Cultural/222
- Figura 10. *Communicative framing* del Colectivo Ecologista Jalisco/225.
- Figura 11. *Communicative framing* de COLEGA AC/229
- Figura 12. *Communicative framing* de GDL en Bici/233
- Figura 13. *Communicative framing* de Comunidad CRECE/236
- Figura 14. Dirigentes de movimientos sociales: *communicative framing* de lo público y lo privado/242

Tablas.

- Tabla 1. Contexto de oferta televisiva de Canal 7 y Canal 4/174
- Tabla 2. Estructura y secuencia de elementos de los noticieros televisivos/174
- Tabla 3. Matriz para registro de información de contenidos de los noticieros televisivos monitoreados /176
- Tabla 4. Nombres, empresa y calendarización de entrevista a conductores/179
- Tabla 5. Calendarización de entrevistas a dirigentes sociales /180
- Tabla 6. Conductores televisivos: enmarcamiento de problema, antagonista, símbolos, contra/símbolos y dicotomías /209

Tabla 7. Conductores televisivos: enmarcamiento de la auto/atribución, pautas de acción y alternativas /210

Tabla 8. Conductores televisivos: *framing* del ciudadano /213

Tabla 9. Dirigentes: *Communicative framing* de problema, antagonista, símbolos, contra/símbolos y dicotomías/237.

Tabla 10. Movimientos sociales: visión de conjunto de auto/atribución, pautas de acción y alternativas/239

Tabla 11. Dirigentes: atribuciones tipificadas al gobierno y a los medios de comunicación/240

Tabla 12. Movimientos sociales: fase de desarrollo, proceso implicado e impacto/240.

Tabla 13. Dirigentes: *framing* del ciudadano/244

Gráficas.

Gráfica 1. Noticiero Enfoques y el tipo de programas /187

Gráfica 2. Noticiero Enfoques y oferta programática por género /187

Gráfica 3. Noticiero Enfoques y origen de la oferta programática /188

Gráfica 4. Noticiero *GDL Noticias* y el tipo de programas /189

Gráfica 5. Noticiero *GDL Noticias* y oferta programática externa por género /189

Gráfica 6. Noticiero *GDL Noticias* y el origen de su oferta programática /190

Gráfica 7. Noticiero *Enfoques*: cortinilla de entrada, alcance /191

Gráfica 8. Noticiero *Enfoques*, dimensiones de cortinilla de entrada /192

Gráfica 9. Noticiero *Enfoques*: dimensionalidad política /193

Gráfica 10. Noticiero *GDL Noticias*: cortinilla de entrada, alcance /194

Gráfica 11. Noticiero *GDL Noticias*, dimensiones de cortinilla de entrada /194

Gráfica 12. Dimensionalidad en la información: comparación /195

Gráfica 13. Cantidad de noticias transmitidas /196

Gráfica 14. *Enfoques* y *GDL Noticias*: dimensionalidad de sus notas informativas /198

Gráfica 15. Géneros periodísticos /200

Gráfica 16. Noticiero *Enfoques*: actores publicitados /201

Gráfica 17. Noticiero *GDL Noticias*: actores publicitados /202

Gráfica 18. *Enfoques* y *GDL Noticias*: instituciones públicas publicitadas /203

Gráfica 19. Referencialidad de noticias: *GDL Noticias* y *Enfoques* /205