



Futuros y voces ciudadanas diversas en tiempos de pandemia. Análisis de Audiencias en Noticieros en México

María Rebeca Padilla de la Torre

Question/Cuestión, Nro.70, Vol.3, diciembre 2021

ISSN: 1669-6581

URL de la Revista: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>

IICom -FPyCS -UNLP

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e589>

**Futuros y voces ciudadanas diversas en tiempos de pandemia**

**Análisis de Audiencias en Noticieros en México**

**Futures and Citizen Voices in Times of Pandemic**

**Analysis of Audience Participation in Newscasts in México**

**María Rebeca Padilla de la Torre**

Universidad Autónoma de Aguascalientes, Centro de Ciencias Sociales y Humanidades,  
Departamento de Comunicación.

México

[rebeca.padilla@edu.uaa.mx](mailto:rebeca.padilla@edu.uaa.mx)

[rebecapadilla.uaa@gmail.com](mailto:rebecapadilla.uaa@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0002-5881-3958>

## Resumen

En este artículo se recupera la experiencia de la pandemia a través de las voces de las audiencias en los noticieros de la ciudad de Aguascalientes, México. Se aplica un análisis crítico de su participación en torno a las inquietudes que surgieron cuando se identificaron los primeros contagios sobre la desigualdad e injusticia social, la infodemia, la politización y la polarización que caracterizaron las narrativas en torno a esta crisis sanitaria. Este enfoque abre la reflexión sobre los derechos de las audiencias y la relevancia de evaluar a los medios como plataformas para el discurso democrático.

## Palabras clave

pandemia; México; derechos de las audiencias; noticieros.

## Abstract

This article *recovers* the experience of the pandemic through the voices of newscasts audiences in Aguascalientes, Mexico. Their participation was critically analyzed, and the concerns that emerged when the first infections were identified. These issues were inequality and social injustice, the infodemic, and a politized and polarized narrative around this health crisis. This approach opens the reflection on the audience's rights and the relevance of evaluating media as platforms for democratic discourse.

## Keywords

pandemic; Mexico; audience rights; newscasts.

De repente, irrumpe la pandemia, la luz de los mercados se desvanece y, de la oscuridad con la que siempre nos amenazan si no les rendimos pleitesía, surge una nueva claridad. La claridad pandémica y las apariciones en las que se materializa. Lo que nos permite ver y cómo se interpreta y evalúa determinarán el futuro de la civilización en la que vivimos. Estas apariciones, a diferencia de otras, son reales y llegaron para quedarse.

Boaventura de Sousa Santos (2020)

Link de audio: <https://go.ivoox.com/sq/1432956>

### Introducción

La pandemia provocada por la COVID-19 irrumpió en la ciudad de Aguascalientes, México, en marzo del 2020. A pesar de que las noticias internacionales iban dando cuenta de cómo se difuminaba a través del mundo, no se tenía claro entonces cómo alteraría la cotidianidad y develaría las profundas contradicciones de esta sociedad. Con gran ingenuidad a finales del 2019 se comentaba que quienes vivían temporalmente en China o Europa debían regresar al país para evitarla. Boaventura de Sousa Santos plantea que los medios de comunicación narraron cómo se ha vivido la pandemia, sin embargo, lo que la cuarentena realmente ha visibilizado son las profundas desigualdades e injusticias entre la población. Ante *La cruel pedagogía del virus*, Santos argumenta que el futuro puede comenzar si asumimos que:

La pandemia y la cuarentena revelan que hay alternativas posibles, que las sociedades se adaptan a nuevas formas de vida cuando es necesario y se trata del bien común. Esta situación es propicia para pensar en alternativas a las formas de vivir, producir, consumir y convivir en los primeros años del siglo XXI. (Santos, 2020, p. 79)

Por ello, en este texto se asume la pregunta ¿Cómo fue el futuro que vendrá?, en el sentido de reflexionar cómo se vivió la pandemia en un caso concreto: la ciudad de Aguascalientes en México, para pensarlo en términos de las asimetrías que siempre estuvieron presentes, pero que durante el periodo de la pandemia se han mostrado con mayor claridad, con el propósito de discutir los cambios que son imprescindibles para lograr un mejor futuro, no solo para unos cuantos, sino para toda la población.

El análisis de un futuro posible parte del objetivo de analizar la participación de las audiencias en los principales noticieros de la ciudad para distinguir las diversas perspectivas

que surgieron en torno a la irrupción de la COVID. Sin embargo, el interés principal es identificar lo que Santos nombra la “trágica transparencia del virus” que se refiere a dar a conocer las voces de la ciudadanía, principalmente de aquellos marginados a quienes la política ha dejado de lado en cuanto a sus necesidades.

Los debates culturales, políticos e ideológicos de nuestro tiempo tienen una extraña opacidad que se deriva de su distancia de la vida cotidiana de la gran mayoría de la población, los ciudadanos comunes, «la gente de a pie», como dicen los latinoamericanos. En particular, la política, que debía mediar entre las ideologías y las necesidades y aspiraciones de los ciudadanos, ha renunciado a esta función. (Santos, 2020 p. 31)

### **El análisis crítico de la participación de las audiencias**

Los estudios de medios han investigado la participación de las audiencias en diversos géneros de entretenimiento como concursos o *reality shows*. Asimismo, el enfoque de cultura participativa (Henry Jenkins, 2008) se refiere a la convergencia entre productores y consumidores para generar contenidos y productos mediáticos en diferentes modalidades, principalmente entre los fans de un género, película o serie específica. Sin embargo, hay menos estudios sobre la participación de las audiencias en los géneros informativos. Rebeca Padilla, Salvador de León y Norma Medina (2019) realizaron un estado del arte en este sentido e identificaron que los estudios sobre audiencias y noticias se refieren a la creciente convergencia entre los medios tradicionales y los géneros noticiosos, como las noticias de radio y televisión, y las redes sociales digitales. Sin embargo, las posibilidades que abren estas nuevas modalidades apenas han sido explotadas y se identifica un vacío de estudios que contribuyan a buscar innovaciones que promuevan la participación de las audiencias para expresar sus opiniones y discutir sobre el contenido de las noticias.

Nico Carpentier (2016) propone lo que él llama una herramienta analítica para el análisis crítico de los procesos de participación en los medios de comunicación. Explica que los crecientes usos de los medios socio-digitales han generado expectativas sobre el aumento de las prácticas participativas por parte de audiencias y usuarios. Este autor explica que existe una

aproximación sociológica para definir la participación en los procesos mediáticos, sin embargo, él asume un enfoque político el cual:

Produce una definición mucho más restrictiva de participación, que se refiere a igualar las inequidades de poder en procesos particulares de toma de decisiones. [...] La participación, entonces, es definida como la igualdad de las relaciones de poder entre actores privilegiados y no privilegiados en los procesos formales o informales de toma de decisiones. (Carpentier, 2016, p.72)

Además, presenta dos conceptos que se relacionan con lo que significa la participación: el acceso y la interacción. El acceso enfatiza la importancia de la presencia. En los estudios de medios, la presencia del medio, como internet o la televisión, es necesaria para acceder a él. «El acceso implica ganar presencia en la organización de un medio, lo que crea la oportunidad para que las voces de las personas sean escuchadas (proporcionando retroalimentación)» (Carpentier, 2016, p. 73). En cuanto a la interacción, existe un amplio bagaje de su definición en sociología, y en este caso, se enfatiza su aspecto socio-comunicativo, que se refiere a que el contacto social es necesario, pero principalmente su dimensión comunicativa que se describe a partir de tener una respuesta, significado y comunicación entre las partes.

Finalmente, para completar una síntesis de la propuesta teórico-metodológica de Carpentier (2016), en la que se basa este estudio, es necesario especificar el significado de un análisis crítico aplicado a los procesos mediáticos. Esto implica que el enfoque crítico hacia el poder se compromete con valores como la democratización (radical), la igualdad y el reparto del poder. Asimismo, el mostrar las desigualdades de poder a través de análisis participativos detallados permite una evaluación del desempeño de los procesos mediáticos.

Por lo tanto, este estudio se basó en los valores de un horizonte ideal en el que se ejercen plenamente los derechos comunicativos de la libertad de expresión y de audiencias. En México, estas aspiraciones se expresan en el artículo 6° de su Constitución Política y son el resultado de importantes luchas para ampliar los derechos humanos en el campo de la comunicación; estos esfuerzos continúan a través del activismo.

A nivel internacional, las Naciones Unidas para la Educación la Ciencias y la Educación (UNESCO) señalan a los medios de comunicación como plataformas para promover la conversación democrática entre la ciudadanía.

Los medios de comunicación pueden crear una plataforma para que cada grupo de la sociedad sea visible y escuchado. Pero también puede generar desconfianza, miedo, discriminación y violencia al reforzar los estereotipos, fomentar la tensión entre grupos y excluir a ciertos grupos del discurso público. (UNESCO, 2008, p.35)

La UNESCO argumenta que se requiere un desarrollo mediático en dos sentidos, por una parte, las condiciones para que los medios de comunicación ejerzan su práctica con independencia y libertad de expresión, pero además que la diversidad de voces ciudadanas tenga acceso a ellos, de tal manera que sea posible ofrecer una narrativa plural sobre el acontecer. Este trabajo se centra en el segundo. Esta organización, ha consensado una propuesta fundamentada en cinco categorías, con sus respectivos indicadores, para evaluar el nivel de desarrollo de los medios: un sistema regulador, pluralidad y diversidad de los medios de comunicación social, los medios como plataforma para el discurso democrático, capacitación profesional e infraestructura.

El interés de este trabajo se centró en la perspectiva de las audiencias y la ciudadanía, por ello, este análisis se delimita a la revisión de la tercera categoría que se refiere a que los medios constituyan una plataforma para la conversación democrática al promover la participación de las voces ciudadanas en sus espacios. Implica una auto-regulación de los medios y que sus prácticas periodísticas reflejen y representen la diversidad de intereses en la sociedad. Además, conlleva que los medios cuenten con niveles de confianza y credibilidad entre sus públicos con base en el manejo ético de su información. La UNESCO propone que, para que sea posible lo anterior, es necesaria una alfabetización en materia de información, tanto entre las organizaciones y empresas informativas y como entre las audiencias. Con el propósito de analizar lo anterior, se sugieren las siguientes evidencias: 1) los canales que las organizaciones mediáticas ofrecen para la participación del público; 2) entrevistas a muestras de audiencias sobre sus percepciones de los medios; 3) perspectivas de organizaciones de la sociedad civil.

La propuesta de la UNESCO motivó una investigación que contempló estas evidencias y, junto con la propuesta de Carpentier, se desarrolló una metodología (Padilla, De León y Medina, 2019) de naturaleza mixta para analizar la participación de las audiencias en los tres principales noticieros en Aguascalientes, México. Para ello, se eligió como muestra tres días en torno a la identificación de los primeros contagios de la COVID-19.

En una primera etapa se identificaron y cuantificaron las modalidades de participación de las audiencias en estos noticieros. Se distinguió que prevalecieron los mensajes de las audiencias en su sitio en *Facebook* y a través del envío de mensajes de voz vía *WhatsApp*, sólo fue posible registrar aquellos que se transmitieron en vivo, dado que se envía un número significativamente mayor, pero sólo algunos son seleccionados para darse a conocer públicamente. Una segunda etapa, consideró las distintas perspectivas de las y los principales actores involucrados en los noticieros a través de entrevistas a diferentes perfiles de audiencias, equipos de producción, activistas y personas del ámbito político.

En este artículo se darán a conocer las modalidades que ofrecen los espacios informativos estudiados a las audiencias para expresar sus perspectivas. Esto con el fin de destacar las discusiones centrales que se generaron en torno a este problema de salud pública. Además de los discursos de las audiencias, se integran las visiones de los equipos de producción y de otras y otros actores que participan activamente en los noticieros para así cartografiar el papel de los medios como una plataforma democrática, tal como la visualiza la UNESCO en un horizonte deseable. Por otra parte, enseguida se da a conocer el tema de los derechos de las audiencias en el contexto mexicano, lo cual constituye otro rasgo contextual necesario para comprender el desempeño de los medios.

### **Los derechos de las audiencias en México**

En México, los derechos de las audiencias han sido un tema polémico. En 2016, el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) emitió por primera vez lineamientos para establecer procesos estandarizados que garanticen los derechos de las audiencias. El objetivo era que todos los medios de comunicación contaran con un código de ética y un defensor para

que regulara la presentación de información veraz y plural, distinguiendo las noticias de la propaganda pagada, sin discriminación, ni estereotipos hacia ninguna persona o comunidad y en atención al interés de los niños, entre los temas más relevantes (IFT, s.f.). Sin embargo, en 2017, a instancias de concesionarios de medios privados, y con el apoyo del gobierno federal, se dio una contrarreforma que derogó este derecho del IFT (AMDA, 2021a). El argumento era que estas directrices violaban la libertad de expresión. Las defensorías de las audiencias denunciaron que esta acción se debió a intereses relacionados con las próximas elecciones; algunos medios de comunicación y políticos no estaban dispuestos a transparentar sus gastos de promoción y campaña.

En 2019, la Asociación de Defensores de los Derechos de las Audiencias (AMDA) interpuso un requerimiento ante la Corte Suprema de Justicia de la Nación (SCJN) para declarar inconstitucional la derogación de este derecho al IFT. En mayo de 2021 se emitió un fallo a favor de la medida cautelar y se renovó la polémica (Aristegui Noticias, 2021).

AMDA identificó durante mayo de 2021, 56 artículos periodísticos que argumentaron que estos lineamientos fueron una acción de censura promovida por el actual gobierno federal. Esto no fue así, los derechos de las audiencias no infringen la libertad de expresión, por el contrario, fortalecen los derechos humanos. Derivan de la constitución mexicana que los vincula con el derecho a la información y, además, son compatibles con los tratados y acuerdos internacionales sobre la materia y garantizan que los medios comerciales, públicos y sociales cuenten con plena libertad de expresión, programática, editorial y que se evite cualquier tipo de censura.

A la fecha, no tenemos conocimiento de ningún acto de censura promovido por ningún defensor o defensora, ya que la función de estas figuras es mediar entre las audiencias y sus medios de comunicación; su responsabilidad es atender las opiniones, reclamos, quejas o sugerencias de las audiencias y, en su caso, emitir recomendaciones no vinculantes. Las defensorías deben promover y estimular el conocimiento de los derechos de las audiencias". (AMDA, 2021b)



En el caso mexicano, la libertad de expresión se ha empleado como excusa, principalmente por los medios comerciales para no comprometerse con un código de ética que garantice ofrecer información plural y con respeto a los derechos humanos.

Lo anterior, fue muy claro en el caso del contexto de Aguascalientes, México. Esta ciudad se sitúa en el centro del país en la región llamada El Bajío, conformada por ciudades fundadas en el periodo colonial y en las cuales ha predominado un estilo de vida influenciado por este periodo, con arraigo a las tradiciones españolas y en dónde aún se concentra una mayoría de población católica y conservadora. A partir de la década de los ochenta, la economía con base en la agricultura quedó atrás al promover la industrialización a través de la inversión extranjera. Esto generó mayores flujos de migración. Actualmente en la región se dan cambios socioculturales, entre profundas tensiones y contradicciones entre la tradición y nuevos estilos de vida (Padilla, 2012).

En este marco, los medios de comunicación en Aguascalientes se mantienen sujetos a los poderes económicos y políticos, con fuerte influencia aún de élites locales conservadoras. En este estudio se analizaron los casos de los noticieros de los tres principales medios, dos son empresas de capital familiar con una larga trayectoria, y el tercero es un medio público, financiado por gobierno del Estado. El primer noticiero analizado fue una empresa de radio comercial que fue la primera en Aguascalientes y la segunda en el país, después de XEW. El ingeniero Pedro Rivas, uno de los pioneros de la industria de la radio en México, la fundó en 1936 (SDP, 2011). El noticiero comenzó formalmente en 1989 y actualmente tiene dos versiones integradas, una a las 7 am y la otra a las 8 am. Se transmite a través de varias opciones, radiofrecuencia 88.7FM, televisión, a través de BITV, su sitio web, aplicaciones móviles, radio en línea en sitios web independientes, *Facebook*, *Twitter* y *YouTube*. Las modalidades en las que el público puede participar con este noticiero son vía telefónica, encuestas realizadas a través de su página web, *Twitter* y *Facebook*.

El segundo espacio informativo investigado fue también un medio comercial. En este caso, el presentador de noticias se distingue por su estilo informal, sensacionalista y su postura abiertamente crítica hacia el gobierno estatal y particularmente hacia el gobernador. Se transmite a través de la frecuencia de radio 91.3FM, su sitio web, la televisión en *Star TV* canal 149, una aplicación móvil, la radio en línea a través de sitios web independientes y *Facebook*.

Las audiencias tienen la opción de expresarse a través de llamadas telefónicas y medios digitales como *WhatsApp*, *Twitter* y *Facebook*.

El tercer noticiero que se examinó fue la radio y televisión pública estatal, creada como una organización descentralizada en 1987. Actualmente se emite de 6:50 a 9:00 de la mañana en las siguientes modalidades: en su canal de televisión 26, en la frecuencia de radio 92.7, en su sitio web a través de podcast, una aplicación móvil, *Twitter* y *YouTube*. Las audiencias pueden enviar mensajes a través del teléfono, *WhatsApp*, *Twitter* y *Facebook*.

Estos casos son relevantes en el contexto de Aguascalientes si consideramos que el 60% de la población consume radio en comparación con el promedio nacional del 39%. Por otro lado, el consumo de noticias en este estado es de 90%, mientras que en el resto de México es de 85% (IFT, 2018).

### **Voces de las audiencias y la ciudadanía**

Los hallazgos que se comparten en este texto se organizan de la siguiente manera. Primeramente, se describe cómo fue la participación de las audiencias en los espacios informativos. Posteriormente se dan a conocer los principales temas que generaron discusiones entre la ciudadanía en el espacio público en relación con la pandemia. Al respecto, se comparten algunos segmentos textuales de los mensajes transmitidos al aire o escritos en alguna de las redes sociodigitales de los noticieros.

Las audiencias participan fundamentalmente en los espacios informativos emitiendo sus opiniones con respecto a sus contenidos a través de mensajes de voz vía *WhatsApp* y los sitios o redes sociodigitales que ofrecen para ello. Estos son principalmente *Facebook* y, en menor medida, a través de *Twitter* o *Youtube*. Envían estos mensajes y quien conduce el noticiero decide cuáles emitir tal como los envían o cuáles leer. Los equipos de producción explican que se recibe una gran cantidad de mensajes que incluso tienden a incrementarse, pero dados los tiempos de los noticieros, no es posible darles espacio a todos.

Yo creo que se dan a conocer, cinco, 10% porque de verdad llegan muchísimos mensajes, ...muchísimos mensajes tanto por redes sociales como por el *Inbox* de *Facebook*,

de *WhatsApp*. Entonces, se podría hacer un programa completo de puros mensajes. (Entrevista a Conductora)

A pesar de que existen varias modalidades de participación de las audiencias para reaccionar a los contenidos informativos en los noticieros, la que sobresale es el envío de mensajes de voz vía *WhatsApp* y de personas que, por su expresión, se puede inferir que cuentan con bajos niveles de escolaridad. Particularmente, uno de los medios comerciales aprovecha esta situación, para generar un mayor interés en términos de adquirir el carácter de un medio sensacionalista y por ende con competitividad comercial. Habrá que advertir que no presenta todos los mensajes que recibe, el propio equipo de producción explicó que filtra aquellos mensajes excesivamente violentos o con discursos de odio y, por supuesto, los que vayan en sentido contrario a los sectores y figuras políticas que favorecen. En este artículo, no es el propósito comparar el desempeño entre los noticieros, por ello no se dará a conocer a cuál de ellos corresponde la participación ciudadana que se describirá, sin embargo, en su mayoría corresponden a este informativo.

Los públicos reconocen que su poder es limitado frente al de los medios para situar su voz en el espacio público, éste reside en elegir qué medios y noticieros consumir, que suelen ser aquellos con los cuales tienen mayor afinidad. Por otra parte, las audiencias han cobrado relevancia en la agenda pública a través de las redes sociodigitales. Los equipos de producción admiten que cada vez más surgen notas que se colocan en su agenda a partir de identificar asuntos que detonan polémica en estas redes.

Nos han ayudado muchísimo las redes sociales, porque a veces nosotros, por ejemplo, subimos una noticia y creemos que a lo mejor se va a acabar ahí, pero no. Sabemos que hay un montón de participación con esa noticia, o que genera otras noticias, o que genera reacciones de la ciudadanía, o de otros actores. Y entonces ahí es como te vas dando cuenta de qué es lo que le está interesando a la gente (Entrevista a Conductora)

A pesar de que las audiencias tienden a elegir noticieros cercanos a sus propias perspectivas y opiniones, valoran el escuchar otros enfoques sobre los acontecimientos y las problemáticas. Asimismo, les resulta particularmente relevante las discusiones que surgen porque amplían su comprensión sobre diversos asuntos.

No solamente son las audiencias quienes mueven esto, porque a veces nosotros vamos a poner un tema sobre la mesa y ese tema genera entonces que las audiencias comiencen a posicionarse...porque si no hay audiencia ¿pues para qué hay noticiero, ¿no? Pero sí, es como el peso más grande, sobre todo la participación de la ciudadanía en cada uno de los temas. (Entrevista a conductora)

No solo los públicos, sino también los equipos de producción de los noticieros reconocen la importancia de dar la voz a distintas personas y perspectivas de manera plural. Sin embargo, esto no es siempre así, dado, primero por los intereses o la línea editorial a la que se debe mantener fiel la empresa mediática o en el caso del medio gubernamental al apoyar a la administración en turno. En una segunda instancia, también plantean que a pesar de que las tecnologías digitales abren la posibilidad de innovar y experimentar nuevos formatos más interactivos y horizontales en el periodismo, esto no se ha realizado. En cierta medida, porque los tiempos de las tareas periodísticas no lo permiten y, por otra parte, no es posible abrir totalmente los espacios a todas las voces, ya que existen, como ya se comentó, criterios que filtran para privilegiar a ciertos puntos de vista e incluso silenciar otros.

El tema de la participación de las audiencias y de otras y otros actores que participan activamente en los noticieros, abre varios frentes para el análisis. Sin embargo, este texto se centrará en la pandemia, la cual sin duda alguna detonó una participación inusitada.

La COVID yo creo que ha arrasado con el nivel de participación. O sea, de los que no creen hasta los que están enojados con los que no creen; entonces se han hecho como estos polos opuestos... (Entrevista a conductora)

Al realizar una revisión de las voces de las audiencias, y de los demás sectores que tienen presencia en los informativos, se identificaron cuatro grandes asuntos que se colocan a manera de categorías de análisis. Primeramente, fue la distinción de clase con respecto a la COVID19. Un segundo gran tema fue la infodemia que significó un exceso de noticias, varias falsas, incluyendo teorías conspiracionistas, las cuales generaron desorientación entre la ciudadanía. Tercero, a través de la diversidad de voces fue claro que la pandemia se vivió de manera totalmente desigual e injusta entre la ciudadanía, tal como lo expresa Santos. Las voces de la ciudadanía en los noticieros describen esta experiencia con claridad. Para varios

sectores de la población no fue posible cumplir con las recomendaciones sanitarias, como fue el estar en cuarentena. Finalmente, la cuarta engloba de cierta manera las anteriores porque se trata de la politización de la pandemia, en el sentido de que en lugar de generar una conversación y consensos para resolver la crisis de salud que derivó en otros problemas, la COVID19 se empleó para promover intereses políticos y económicos y atacar a la oposición política. Esto derivó en generar posturas irreconciliables, y una fuerte polarización social.

### La distinción de clase

En el caso de Aguascalientes, se dio a conocer que los primeros contagios se debieron a personas de clase social alta que habían estado de viaje a España. El primero fue el de un joven estudiante quien ingresó a la entidad el 12 de marzo de 2020 y fue confirmado como positivo en días posteriores por la Secretaría de Salud del Estado de Aguascalientes (Líder Empresarial, 2021).

El problema es que los ricos que salen y estudian en otros lugares son los que nos van a chingar, nosotros, pobremente apenas vamos al tianguis. (Mujer, vía *WhatsApp*)

Ese que se fue a España que allá se quede. El bicho lo han traído los *fifis*, los que tienen lana para viajar a países europeos y asiáticos, que allá se queden. Y así estamos librados. (Mujer, vía *Facebook*)

El coronavirus es elitista porque nada más les da a los ricos, si se fijan, es a todos los que vienen de Europa, que vienen de Asia, esos son ricos. Y uno aquí de Aguascalientes que no sale de su pinche colonia pectorra se anda preocupando tanto, ¡tranquilos! (Hombre, vía *WhatsApp*).

Como se puede constatar en los anteriores mensajes, en una primera instancia, las audiencias que pertenecen a clases sociales de nivel medio y bajo distinguieron que la pandemia entró a la ciudad debido a los viajes de la élite local. Incluso, en los primeros días consideraban que no les afectaría a ellos y se mantendría en aquellos círculos sociales. Lamentablemente, después fue cruel constatar que a quienes fueron considerados “culpables” posteriormente les fue posible confinarse en sus hogares sin perjuicio a su economía. Para el resto de la población, esto no fue posible, no tuvieron opción ya que tenían que seguir

trabajando e incluso su situación familiar se agravó dado que se cerraron escuelas y guarderías infantiles. Tal como lo señala Santos, la pandemia reveló de manera más clara la distinción entre las clases privilegiadas y el resto de la población.

### Infodemia

La segunda categoría relevante fue la infodemia. La Organización Mundial de la Salud (OMS) ha advertido que además de la pandemia, provocada por la COVID19, se dio otra paralela que se refiere a la cantidad excesiva de información, en ocasiones correcta y en otras lamentablemente falsa, lo cual ha dificultado que la población identifique cuáles son fuentes confiables y cuáles no. Esto resulta esencial para guiar a la ciudadanía para tomar decisiones acertadas frente a los graves riesgos de salud (OMS, 2020). Paradójicamente, la pandemia se dio en la era de las redes sociodigitales, las cuales permiten una mayor comunicación a través del tiempo y el espacio y podrían haber contribuido a ampliar las posibilidades para mantener a las personas informadas. En contraparte, han facilitado la propagación de información falsa, que potencian los riesgos de conflicto, violencia, discursos de odio y la polarización del debate público. Esto se dio claramente en el contexto de Aguascalientes. Al inicio de la pandemia, incluso hubo voces ciudadanas que argumentaron que no existía el virus, ni una pandemia y no había riesgo de muerte.

Ya dejen de meter miedo, por favor aquí no hay pandemia, si debemos cuidarnos, pero no hay pandemia (Mujer, vía *Facebook*)

Es que los virus NO EXISTEN, ya se está traduciendo el fallo de la corte en Alemania, dónde legalmente se demuestra que no pueden probar científicamente que los virus existan (Hombre, vía *Facebook*)

Todo eso no es cierto, puros inventos para tener publicidad. (Hombre, vía *Facebook*)

Además de negar la pandemia, hubo informaciones falsas, y conspiracionistas.

Cuidado que los perros que se ven en la calle ya tienen coronavirus. (Hombre vía *Facebook*)

Algo grande están tramando los gobernantes de todo el mundo... algo cocinan para seguir controlando a la humanidad para beneficio propio. (Hombre, *Facebook*)

¿Recuerdan como estábamos a principio de año cuando en todos lados se hablaba de una posible guerra mundial?? Que esto del coronavirus no lo vimos llegar, bueno pues esto del coronavirus no es nada para lo que se viene, aún y cuando por esto haya muertos, hay se los dejo de tarea. (Audiencia masculina, *Facebook*)

Gran negocio publicar mucha, mucha violencia luego vendemos sistemas de seguridad (cámaras) creamos sicosis con el coronavirus, quédese en casa, vendemos *Star TV* (Hombre, vía *Facebook*)

Al respecto de lo anterior, un productor, explicó una veta de porqué se dan este tipo de noticias.

En nuestro trabajo nos queda bastante claro que son los instintos básicos los que mueven a la gente y el instinto básico que más mueve a la gente es el miedo, entonces en función de éste tendría que partir un análisis profundo en el que se explique lo que detona el miedo... (Entrevista a productor)

Aguascalientes, es un contexto con una población predominantemente católica en el cual, a pesar de ello, la Iglesia no ejerció un liderazgo para orientar científicamente a la población, incluso mantuvo en lo posible abiertos sus oficios. Habrá que mencionar que el obispo falleció de COVID-19. (Líder Empresarial, 2020).

Dios es más grande que el virus, no teman que Dios es más grande que sus enfermedades y que cualquier virus que haya en estos tiempos, tengamos fe que Dios todo lo puede. (Hombre, vía *Facebook*)

¡¡Yo no estoy de acuerdo que cierren las misas, debemos de orar y pedir a Dios porque tenga piedad de este virus!! Cuando tienes fe, Dios te protege de cualquier cosa... (Hombre, vía *Facebook*)

Si dice el obispo que hay misa, no vaya nadie. No te están apuntando con una pistola para ir. No vayas a misa. No hay que ir a misa por el bien de todos. (Hombre, vía *WhatsApp*)

A pesar de lo anterior, hubo una crítica ciudadana hacia el ejercicio informativo, señalando que fue amarillista y más que orientar sobre cómo actuar se generó mayor alarma y pánico entre la población. Las audiencias y diversos sectores sociales reclamaron la necesidad de contar con información de mayor calidad ante la crisis sanitaria.

Para mí, creo que, estamos carentes de noticieros de calidad en Aguascalientes; que informen verdaderamente, que informen sin tendencias, que su información permita que la ciudadanía construya una idea clara y que le demos información para generar su propia opinión... Hay mucha manipulación... Siento que tema del papel de los medios en su comunicación con el ciudadano está viviendo la peor crisis de su historia... (Entrevista a funcionaria del gobierno estatal)

Pinches noticias, nada más alarmando a las personas... (Hombre, vía *Facebook*)

Hace falta más información respecto a la COVID19. Ejemplo: ¿Cómo se debe vivir la cuarentena preventiva en nuestro domicilio? ¿Es claustro total? ¿Se puede continuar con la rutina diaria? ¿Las personas que viven al día y no pueden surtir una despensa pueden salir a la tienda? ¿Es claustro total? ¿Qué es lo que en realidad se debe hacer? ¿Me pueden dar más información? Gracias (Mujer, vía *Facebook*)

A pesar de lo anterior se constata entre las audiencias la necesidad de mantenerse informados a través de las noticias.

Me ayudan a estar informado y a poder tomar decisiones al respecto. Sobre todo, en esta contingencia cuando inició, fue algo común en mí que todos los días estuviera revisando la página de la Universidad de Hopkins para ver el avance de la enfermedad a nivel mundial y pues las noticias aquí a nivel local para ver en Aguascalientes cómo estamos, para ver los infectados y pues las zonas donde estaban más altos los contagios. Entonces pues si me sirve en mi vida diaria para poder tomar decisiones de si voy a tal lado o no voy, si voy a ver a mi hija o qué hago. (Entrevista a audiencia hombre urbano, nivel socioeconómico medio)

Se trata de estar al pendiente de lo que vamos viviendo, por ejemplo, ahorita con la pandemia, con el coronavirus. (Entrevista a audiencia, mujer urbana, nivel socioeconómico bajo)



La ciudadanía busca espacios donde expresar lo que siente ¿no? O sea, válvulas de escape a toda la situación: Que si te aumentan el impuesto, que si la pandemia, que si no hay vacunas. ¡Qué bueno que existan los medios de comunicación! E incluso, hay un nuevo ingrediente que se llama audios de *WhatsApp* ¿no? Que ahí también de pronto los manipulan... (Entrevista a funcionaria de gobierno estatal)

### **Desigualdad e injusticia**

Un eje más sobre el cual se identificó una discusión importante fue la desigualdad que permea el contexto local. A pesar de que Aguascalientes es una entidad en México en donde los niveles de bienestar son más altos que la media nacional, prevalecen graves desigualdades entre la población, las cuales se manifestaron con mayor claridad durante la pandemia. De acuerdo con los indicadores del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, Aguascalientes se sitúa como la novena entidad en México (entre 32) de acuerdo con sus niveles de bienestar. Los indicadores en los que destaca son seguridad, vivienda, trabajo, salud, comunidad y educación; mientras que en los de participación ciudadana, igualdad económica, balance vida-trabajo y bienestar subjetivo, se encuentra en niveles menores, por debajo del promedio nacional (INEGI, 2021). Mientras para algunos sectores el confinamiento representó una oportunidad para la convivencia familiar y fue posible continuar con sus actividades laborales y de estudio en casa, para otros, derivó en la preocupación por el sustento propio y familiar, aún por encima de la cuestión sanitaria.

Una primera distinción fue entre empresarios, industriales y el sector obrero o de servicios.

Soy el que habla todos los días, me encanta tu programa, muy padre, nada más para comentarte, mi empresa no va a faltar nadie porque una simple gripita no es pretexto para dejar de trabajar. Hay que producir y llevar al país en progreso. Así que nada de faltar, los niños a la escuela para que se preparen y no sean burros como Martín (se refiere al gobernador), digo, como algunos panistas. Échenle ganas y no se asusten. (Hombre, vía *WhatsApp*)

Aguascalientes en cuarentena solo las escuelas, pero nosotros lo obreros ¿para cuándo? Ahí si nos va a cargar pifas y más los obreros de maquila que se tiene que trabajar

con materia prima proveniente de China y Europa ¿cómo ahí que aplica? (Hombre, vía *Facebook*)

¿Y quién nos va a dar de comer? Vivimos al día. Y el pinche gobierno no apoya en nada. Si no morimos del coronavirus, nos vamos a morir de hambre. (Hombre, vía *WhatsApp*)

Al avanzar la pandemia fueron claras las desigualdades en el acceso a la atención de la salud.

Si las personas que viajan al extranjero tienen dinero, hay muchos hospitales donde llevan a sus familias porque al IMSS no van, son *Popis* y *Fifis* (Hombre, vía *Facebook*)

¿Por qué esa persona que andaba en Dubai, España, Estados Unidos, acude al Hospital Hidalgo, ¿dónde ahí acudimos las personas como nosotros de muy bajos recursos? ¿Por qué no lo llevaron a una clínica particular, por qué? (Mujer, vía *WhatsApp*)

Como parte de estas desigualdades, además, cobró relevancia el tema de los servicios públicos, principalmente la disponibilidad de agua potable en los sectores más vulnerables del estado, lo cual se expresó en los noticieros a manera de denuncia y como un problema apremiante, aún en tiempos previos a la pandemia.

¿Cómo quieren que no nos contagiemos del Coronavirus y que nos cuidemos si aquí en Villa de las Norias no tenemos agua desde el sábado pasado? (Hombre, vía *WhatsApp*)

¿De qué sirve estar en cuarentena y sin agua?, no la deberían de quitar. (Hombre, vía *Facebook*)

### **Politización y polarización**

Un último aspecto fue la visible politización y polarización entre los posicionamientos expresados por las audiencias en relación con la pandemia. La conversación en torno a la pandemia no se orientó hacia un diálogo democrático que conciliara y consensara sobre cómo resolver esta grave problemática de salud. Básicamente se endurecieron las perspectivas y

oposiciones que existían antes de la crisis sanitaria. Incluso, esta polarización se aprovechó como estrategia comercial de parte de algunos noticieros.

Ahora, algo que he visto es una radicalización de las posturas. Me parece que hay muchos temas sociales que actualmente, o están completamente en contra o completamente a favor. Y a niveles que, a veces, llevan hasta cierto nivel de agresividad. Creo que va de la mano, en este, por ejemplo, en este momento quizá tenga que ver otros contextos, por ejemplo, el de la pandemia; el de cuestiones económicas que han llevado como a una exacerbación de la opinión... Estas opiniones mesuradas o templadas, creo que cada vez es más difícil de ver ¿no? O ves completamente negativas, o completamente positivas ¿no? Esta polarización tipo 'chairs y fifis'... (Entrevista a activista, derechos de la diversidad sexual)

Lamentablemente, yo lo veo también después de López Obrador; o sea, la división como que genera mucha participación. Cuando alguien escucha un mensaje en contra y el otro está a favor, entonces comienza como "me voy a pelear incluso con el que acaba de opinar". Entonces, a veces las divisiones generan participación. Que eso es peligroso, me parece... (Entrevista a conductora)

Por eso nuestros programas son exitosos, precisamente porque catalizan justamente las zonas calientes en donde la gente identifica qué existen las deudas que sienten que se les tienen con determinados actores, los agascalentenses son muy sentidos más que en otros lugares que he trabajado, no somos nada dados a perdonar las debilidades humanas... (Entrevista a productor de noticias)

Mientras que un sector de la población, predominantemente de élite, demandaba mayor autoritarismo y rigor para aplicar las medidas sanitarias, otra parte reclamaba mayor libertad para la ciudadanía.

Somos un pueblo de borregos. Esperamos la indicación para salvaguardarnos. Cuando es una medida sanitaria que debe de ser impositiva, no debe de ser consensuada. Es beneficio general y común, no beneficio particular. (Hombre, vía *WhatsApp*)

Si no suspenden servicios de bares, restaurantes, iglesias, no tenemos obligación de ir. Seamos responsables nosotros mismos y se verán en la necesidad de suspender el servicio. (Hombre, vía *Facebook*)

En el plano educativo, se generó el dilema sobre la asistencia a clases de la niñez y un franco confrontamiento. Por ejemplo, mientras algunas familias consideraban que las y los niños no deberían asistir a clases, hubo quienes se preocuparon ante el eminente cierre de las escuelas, dadas sus exigencias laborales.

Por favor que el Instituto ya suspenda clases, que no permitan que los niños vuelvan mañana. (Mujer, vía *WhatsApp*)

¿Y nosotros qué vamos a hacer los que trabajamos en restaurant y tenemos dos niños? ¿Qué vamos a hacer encerrados? Es que no piensan en la gente que vivimos al día. (Mujer, vía *WhatsApp*)

¡¡Aunque no se suspendan las clases es responsabilidad de nosotros cuidar de nuestras familias por lo menos en mi caso mi niña no irá a partir de ya!! (Mujer, vía *Facebook*)

Soy docente y está bien que nos pongan a trabajar esta semana para apoyar a los padres que trabajan y no tienen donde dejar a los niños, pero nosotros docentes... yo también tengo familia, hijos menores de 10 años que no tengo donde dejarlos y por lo tanto, están estudiando en la escuela donde yo laboro y los tendré que llevar los días indicados. Es negligente para mí y mi familia. No soy la única. También otros maestros, también tenemos derechos. (Mujer, vía *WhatsApp*)

Finalmente, resaltó la politización de las discusiones en torno a la pandemia, los medios narraron la pandemia de acuerdo a las posturas y los intereses políticos que sustentaban. Así se dieron discusiones y polémicas entre los distintos niveles de gobierno, el municipal, estatal o federal, y los diversos sectores empresariales, generando culpas y reclamos ante el mal manejo de la situación. El problema es que se detonó una mayor desconfianza hacia los medios y principalmente hacia los gobiernos.

¿Quién politizó esta pandemia?, los medios de comunicación, Loret de Mola, Brozo [se refiere a *periodistas*]... todos ellos politizaron la pandemia, querían contar muertos por miles, les daba gusto el día que salíamos a decir cifras fatales para la sociedad; ellos fueron, esa es la realidad. Y ahorita con la vacunación a mí también, aquí localmente, muchos medios me dejaron qué desear, teníamos reporteros afuera de los puntos de vacunación reventando los puntos, reventando los puntos ellos mismos... ¡Nombre! ¿Independientes de dónde? No, no, no, no, no. Todos o los trae el gobernador o los trae la alcaldesa, punto. (Entrevista a delegado federal en el Estado)

Yo convoco a todos mis hermanos hidrocálidos (*sinónimo de aguascalentenses*), que, si sobrevivimos a esta pinche pandemia, hay que destituir ya a este pinche gobernador. Está jugando con nuestra salud este cabrón. (Hombre, vía *WhatsApp*)

¿Entonces si una persona se contagia, a chingar a su madre porque no hay medicamentos ni tratamiento? ¿Se va a morir en su casa aislada? Qué poca madre del Seguro y de Martín Orozco (*se refiere al gobernador*) (Hombre, vía *WhatsApp*)

Yo les digo que el Gobernador es rojo y la alcaldesa es verde creo que debemos de irnos con el verde porque el verde es mejor”, si se utiliza mucho la propaganda política desgraciadamente en todos los medios... Como audiencias debemos saber distinguir cuando se nos está dando una propaganda política y cuándo es noticia, pero desgraciadamente Aguascalientes ha caído mucho en el morbo... Entrevista a audiencia, hombre urbano, nivel bajo, zona popular)

Durante la pandemia, se hizo constante referencia a los gobiernos de los distintos niveles, a favor y en contra, generando mayor polarización entre facciones.

Ya deja de mamar con eso del virus todos sabemos que es una vil mentira para distraer a la gente porque el maldito presidente no puede con la violencia del país (Mujer, vía *Facebook*)

ya ponte a dar noticias y ya deja al gobernador (Hombre, vía *Facebook*)

Porque no dice que nuestra alcaldesa se fue pasear (Mujer, vía *Facebook*)

Pues tanto el gobierno estatal como el federal valen madre, no queda más que cuidarnos nosotros mismos. (Hombre, vía *Facebook*)

Cuando llegó la vacunación a la entidad, también fue motivo de politización.

A mí me dejan mucho qué desear los medios de comunicación, les vale madre la gente; si la gente se amontona, si no se amontona, ven donde no hay tumulto, y yo se lo dije a uno, le dije: "Oye, pregunta el testimonio de una persona, pues llegan, se vacunan y se van felices y hasta te salen diciendo "No es lo que decían en la tele, no es lo que decían en el radio". Dice, es que "a ver, a nosotros nos pagan por decir eso; tú dejaste fuera de la estrategia a la alcaldesa", le dije "Pues claro, pues es una estrategia federal"; y ella me pidió para ayudarnos, porque todos necesitamos ayuda, ella vacunar a la primera persona en Aguascalientes, ella, estar ahí vacunando... Sabe que la vacunación políticamente es muy rentable, dijo "pues pago para que digan que es un desorden". Y eso me lo dijo un periodista, me dijo "es que a nosotros nos dijeron, ¿saben qué?, esta es la línea, es atacar la organización de la vacunación", así de fácil, eh, sacar todo lo negativo (Entrevista a delegado federal en el estado).

El recorrido que se ha realizado a través de las diversas voces ciudadanas permite analizar con mayor detenimiento el nivel de desarrollo mediático con respecto a la participación de las audiencias, particularmente sobre si la participación a la que son convocadas en los noticieros representa una plataforma para la conversación democrática. Tal como se ha evidenciado, esto no es así.

## Conclusiones

La confianza y credibilidad de las audiencias, hacia los medios y hacia los gobiernos ha mermado alarmantemente y lo que resulta de mayor gravedad es que se identifica un aumento de miedo y enojo entre la ciudadanía. No se han optimizado las posibilidades que abre el nuevo escenario mediático de las redes sociodigitales para detonar una conversación real entre los diversos sectores que conforman el estado. No hay comunicación efectiva entre ciudadanos y

gobiernos a través de los medios. Resulta una paradoja, que existen mayores posibilidades comunicativas, pero son inversamente proporcionales para escuchar y conversar.

Lamentablemente, los medios sensacionalistas han aprovechado sus espacios para sus propios intereses y en apoyo a figuras políticas que pagan por promover su imagen y demeritar la imagen de sus oponentes políticos.

La pandemia puso de manifiesto la gran importancia de contar con información confiable para conservar la salud y sobrevivir, sin embargo, el desempeño informativo no fue del todo confiable. En este texto no fue el objetivo comparar entre noticieros, sin embargo, se reconoce que, en algunos casos, se hizo un mayor esfuerzo, a pesar de sus intereses comerciales y políticos de ofrecer información de calidad, sin embargo, en todos ellos, existe cierto nivel de control informativo. Esto ha detonado un aumento en la falta de credibilidad de los medios y a pesar de que solamente en el caso del medio gubernamental se sigue la normatividad con respecto a los derechos de las audiencias, se pone en duda su imparcialidad debido a que atiende a dar a conocer el ejercicio gubernamental.

En este texto se ha ofrecido un análisis de lo que aconteció en un contexto local de México, desde el enfoque particular de la participación de las audiencias en los espacios informativos. Sin embargo, sin duda alguna esta realidad ha de coincidir con otras, lo cual da lugar a iniciar mediante estas evidencias a una discusión productiva sobre cómo cambiar el futuro del escenario mediático actual, fundamentalmente en términos de promover los derechos de las audiencias y de los ciudadanos, para apoyar desde este lugar un bienestar más equitativo para toda la población en tiempos de pandemia y hacia el futuro que vendrá.

Se agradece el apoyo de Mónica Cervantes y Alethia Piedra en la sistematización de los mensajes de las audiencias de los informativos. Así como su participación junto con Erick López, Aníbal Pérez y Johana Serna en la realización del podcast *El día que todo cambió*, para dar a conocer las voces de esta ciudad mexicana.

## Referencias bibliográficas

Aristegui Noticias (1 de junio de 2021). *Ratifica Corte que IFT tiene facultades para proteger derechos de audiencias*. Recuperado de <https://aristeguinoticias.com/1205/mexico/scjn-mantiene-amparo-por-reforma-que-restringe-a-defensores-de-audiencias/>

Asociación Mexicana de Defensorías de Audiencias (AMDA) (14 de mayo de 2021a). *La SCJN confirma sentencia histórica en favor de las audiencias* [Posicionamiento]. Recuperado de [https://amda.unam.mx/wp-content/uploads/2021/05/Posicionamiento\\_AMDA\\_14\\_05\\_2021.pdf?fbclid=IwAR08o\\_gegPNOvunmBFwq5SICwF1\\_S4ya46C3BUkUOI6hxgPSuOk6bIBP4dQ](https://amda.unam.mx/wp-content/uploads/2021/05/Posicionamiento_AMDA_14_05_2021.pdf?fbclid=IwAR08o_gegPNOvunmBFwq5SICwF1_S4ya46C3BUkUOI6hxgPSuOk6bIBP4dQ)

Asociación Mexicana de Defensorías de Audiencias (AMDA) (20 de mayo de 2021b). *Nota aclaratoria*. Recuperado de [https://amda.unam.mx/wp-content/uploads/2021/05/NOTA\\_ACLARATORIA\\_20\\_05\\_2021.pdf?fbclid=IwAR0wjJfAthgyWFP\\_AEkJxMgXm881aiXZr5r\\_Q3kMsJ53g\\_TIQZ2g8RzPcAss](https://amda.unam.mx/wp-content/uploads/2021/05/NOTA_ACLARATORIA_20_05_2021.pdf?fbclid=IwAR0wjJfAthgyWFP_AEkJxMgXm881aiXZr5r_Q3kMsJ53g_TIQZ2g8RzPcAss)

Carpentier, N. (2016). Beyond the ladder of participation: An analytical toolkit for the critical analysis of participatory media processes. *Javnost-The Public*, 23 (1), 70-88. <https://doi.org/10.1080/13183222.2016.1149760>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2021). *Visor dinámico de bienestar*. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/app/bienestavisores/#:~:text=Se%20trata%20de%20un%20sistema,educaci%C3%B3n%20participaci%C3%B3n%20ciudadana%20salud%20>

Instituto Federal de Telecomunicaciones (s.f.). *Derechos de las audiencias*. Recuperado de <http://somosaudiencias.ift.org.mx/derechos-de-las-audiencias>

Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) (2016). *Acuerdo mediante el cual el pleno del IFT aprueba y emite los Lineamientos Generales sobre la Defensa de las Audiencias. Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión*. Recuperado de [http://www.ift.org.mx/sites/default/files/acuerdo\\_de\\_emision\\_lineamientos\\_audiencias-pdf\\_accessible\\_0.pdf](http://www.ift.org.mx/sites/default/files/acuerdo_de_emision_lineamientos_audiencias-pdf_accessible_0.pdf)



Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) (2018). *Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales. Resultados Nacionales 2018*.

Líder Empresarial (14 de diciembre de 2020). *Muere el Obispo de Aguascalientes don José María de la Torre*. (Redacción). Recuperado de <https://www.liderempresarial.com/muere-el-obispo-don-jose-maria-de-la-torre/>

Líder Empresarial (15 de marzo de 2021). *Así inició la pandemia de COVID en Aguascalientes*. (Nota por Liliana Martínez). Recuperado de <https://www.liderempresarial.com/asi-inicio-la-pandemia-de-covid-en-aguascalientes/>

Organización Mundial de la Salud (2020). *Gestión de la infodemia sobre la COVID-19: Promover comportamientos saludables y mitigar los daños derivados de la información incorrecta y falsa*. Recuperado de <https://www.who.int/es/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (2008). *Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación, PICD. Indicadores de Desarrollo Mediático: Marco para Evaluar el Desarrollo de los Medios de Comunicación Social* (Referencia no. CI/COM/2008/PI/3). Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102S.pdf>

Padilla, R. (2012) *Geografías Ciudadanas y Mediáticas*, UAA.

Padilla, R., de León, Salvador y Medina, N. (2019). "Aproximaciones para el estudio de la participación de las audiencias en espacios informativos" En Cardoso, L., Calvi, G. y Triguboff, M. (Compiladores) *Políticas y producción audiovisual en la era digital*. CLACSO.

Santos, B. (2020). *La cruel pedagogía del virus*. CLACSO.

SDP Noticias (6 de septiembre de 2011). *Festejan 75 años de primera estación de radio de Aguascalientes*. Notimex.