

La democracia, cultura política y comunicación. Un estudio de la recepción de noticias televisivas con familias en condición de pobreza en la ciudad de México*

*Norma Pareja Sánchez***

Este trabajo explora los procesos de recepción televisiva de noticias en familias pobres en la ciudad de México. Su objetivo es penetrar en la interacción que dicho grupo social tiene con el medio televisivo, en el género de noticias, con el fin de comprender cómo tal relación forma parte de la triada democracia, cultura política y comunicación.

En el marco de la noción de democracia de Giovanni Sartori, desde la perspectiva teórico-metodológica de los estudios culturales, se rastrea cualitativamente el proceso de recepción de noticieros mediante trabajo etnográfico. Entre los resultados generales de la investigación se destaca que el proceso de recepción televisiva del noticiero, en dicho grupo social, podría revelar una aspiración ideal respecto a la estructura y cambio social; la lectura de los contenidos noticiosos se descubre como un espacio microdemocrático en el que se monitorean las acciones de la clase política. Además, se observa que los contenidos noticiosos se articulan con el modo de entender la política que tiene este grupo social, en un proceso de negociación de sentido, en el cual la clase y el contexto definen la construcción de supertemas derivados de la información que proveen los noticieros, acoplados a sus propias vivencias.

Palabras clave: democracia, comunicación, cultura política, recepción televisiva, mediaciones.

This paper explores the processes of news television reception by poor families in Mexico City. The aim is to characterize the social interaction that this group has with television's news genre in order to understand how this relationship is part triad of democracy, political culture and communication. This research highlights that the reception process of television news in this social group mobilizes an aspiration regarding social change. It also points out that reading news content is a microdemocratic space, in which audiences monitor the actions of the political class. The news content articulates with the viewers' understanding of the political in a negotiated process, in which class and context define broad topics from the information provided by newscasts that -in turn- are articulated with personal experiences.

Key words: democracy, communication, political culture, television reception, mediation.

¹ El presente texto se desprende de la investigación doctoral "La comunicación y la cultura política. Un acercamiento al estudio de la oferta y recepción televisiva en familias pobres en la ciudad de México" (2011), financiada por Conacyt en la FCPyS de la UNAM. Un documento preliminar se presentó en las 4as. Jornadas de Comunicación en la Universidad Autónoma de Querétaro, en octubre de 2011.

² Profesora-investigadora de la Academia de Comunicación y Cultura, Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Plantel Cuauhtepc [npareja02@yahoo.com.mx].

Introducción

EN LAS ÚLTIMAS DÉCADAS, MÉXICO HA EXPERIMENTADO importantes cambios en materia política. El proceso de transición a la democracia ha incorporado nuevos procedimientos y acciones con el fin de otorgar a la ciudadanía inéditos espacios de participación. No obstante, las transformaciones han sido lentas y existen distintos procesos en los que los sujetos se integran al cambio democrático desde su cotidianidad, desde sus espacios, al margen de las instituciones políticas. Tal es el caso de los procesos de relación con los contenidos mediáticos, que a la vez que entretienen, informan y construyen versiones del mundo.

Los distintos procesos democráticos se estructuran en instituciones y acciones en las altas esferas del poder, la ciudadanía en su cotidianidad se coloca como observador y difícilmente como interlocutor —en nuestra opinión, ése es justamente el punto que articula la relación entre democracia, cultura política y comunicación.¹

En este sentido, la investigación se plantea como pregunta general ¿cómo se relacionan las familias pobres con los contenidos mediáticos, en particular noticieros de la televisión abierta en la ciudad de México, para reconstruir significados en torno a la estructura del poder?

Así, se exploran los modos en que familias pobres de la ciudad de México interactúan con los contenidos televisivos acotados a noticieros en el marco de la transición a la democracia, indagando las concepciones que estos sujetos tienen sobre la política a partir de conocer las prácticas que en torno a ella proyectan los noticieros televisivos.

El contexto y la clase social también son relevantes en este trabajo, por ello la penetración en el escenario de los sujetos permitió conocer las mediaciones de que son objeto en su interacción cotidiana con la televisión, el modo en que ésta es parte de su definición, sobre todo por su condición social.

El presente documento se compone de cuatro apartados generales. El primero describe y ubica las tres categorías analíticas centrales, la democracia, la cultura política y la comunicación, en especial la recepción televisiva, para situar el marco y contexto del problema de investigación

en un modelo de análisis triádico así como la relación de la cultura política y la comunicación que sienta las bases teóricas y empíricas del mismo; el segundo, define teórica y empíricamente a la familia como grupo social observable, mismo que resulta clave para el planteamiento central de este trabajo; el tercero, describe la metodología de investigación, y el cuarto, presenta los resultados del estudio.

Las coordenadas teóricas de la triada democracia, cultura política y comunicación

La democracia como marco político-social

El concepto de democracia ha sido y es objeto de múltiples reflexiones y debates, es de hecho un concepto polisémico. La noción griega clásica ubicaba a la democracia como gobierno de la mayoría, en la clasificación de las formas de gobierno que hicieron Platón y Aristóteles, es una forma de organización del Estado en la que el poder se ubica en la totalidad del pueblo, quien es capaz de decidir sobre asuntos públicos en plena libertad, y por ello sus decisiones obtienen legitimidad. Esta idea implica igualdad y libertad de manera inherente y, en consecuencia, relaciones de horizontalidad entre Estado y ciudadanía.

Sartori (1993) señala que la democracia política en la actualidad contempla a la democracia social y a la económica, las tres consideran centralmente la igualdad. La dimensión social de la democracia, dice Sartori, asume cuerpo desde las reflexiones de Tocqueville y se fundamenta en pequeñas democracias, microdemocracias, donde el actor es la sociedad civil; es decir que, en la superestructura política, las microdemocracias son la base de una macrodemocracia. En el espacio de la democracia el ciudadano como sujeto es quien genera los procesos de equidad en sus marcos cotidianos, es en el nivel del actor social concreto, individual o grupal donde se produce la historia y no se reproducen órdenes cerrados (Touraine, 1995).

El planteamiento de Sartori resulta pertinente para vincular la democracia con la cultura política y la comunicación, en particular el señalamiento de que las microdemocracias son procesos que deben generarse en los espacios de interrelación social, en los que,

considero, está implícita la producción del sentido de lo político, la cultura política; esos espacios tienen una dimensión comunicativa tanto a nivel interpersonal como a nivel mediático.

Actualmente la política se articula y resignifica –y define sus estrategias– basándose en la dinámica y lenguaje de los medios de comunicación (Fuenzalida, 2004; Domínguez, 2011). Éstos amplifican la visibilidad de los actores políticos y son generadores de información política, la cual es consumida de manera amplia en nuestro país y, de acuerdo con distintos enfoques, es clave para la transición a la democracia.

En el análisis de la relación medios y política en general predomina una mirada un tanto limitada, pues bajo la concepción normativa y funcional de la democracia liberal,² se considera que los medios aportan información suficiente para la toma de decisiones; se distingue un enorme potencial en ellos, en especial en la televisión, pues se ve como agente socializador en la promoción de prácticas y valores democráticos (Lujambio, 1994; Woldenberg, 2004). Woldenberg plantea que en un contexto de apertura democrática los medios son elementos importantes para colocar la discusión en torno a lo público y promover las ideas sobre participación colectiva en un entorno social, que pudiera llamarse, democrático. Bajo esa misma óptica, pero con un enfoque crítico, se ha hablado de la capacidad camaleónica de los medios de comunicación por adaptarse sin prejuicios a las dictaduras, o bien a los regímenes democráticos, en la región de América Latina, como lo plantea Maira.

Por otro lado, a partir de la perspectiva de la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt, de su primera generación con Theodore Adorno y Max Horkheimer (1986), el mismo Sartori (1998) sataniza a la televisión: considera que ésta, como industria cultural, sólo reproduce y simplifica discursos. Sartori sugiere con acierto que este medio trivializa la información sobreponiendo el entretenimiento, escasos contenidos y poca contextualización, pero no ahonda en la complejidad de las imbricaciones que los medios de comunicación, en especial la televisión, establecen con la audiencia, ni en la percepción de lo político que ahí se construye, y menos en la dimensión cultural implícita en ella. Sin embargo, el planteamiento de este autor en torno a la democracia social vista como un *ethos* que exige a sus miembros

verse y tratarse socialmente como iguales –y por lo tanto implica una igualdad de status– así como el considerar que la democracia implica una relación correcta entre el ser y el deber ser (1993), posibilita comprender el vínculo entre lo real y lo ideal en las prácticas sociales vinculadas a la recepción televisiva.

Asimismo, la perspectiva de Habermas (1994) resulta clarificadora y esperanzadora en tanto plantea que los medios de comunicación pueden garantizar a todos los ciudadanos el acceso a la esfera pública³ o verla como la mayor institución de la esfera pública en la sociedad moderna (Dahlgren, 1995), pero hay que decir que este enfoque se limita a revisar la lógica institucional y no penetra en las prácticas específicas de los sujetos en este marco, sobre todo partiendo de que los sujetos no tienen espacio de interlocución directa en el proceso comunicativo que la democracia implica.

En este sentido, se imbrica la noción griega de la democracia y la perspectiva de Sartori con la comunicación, sobre todo cuando contempla el reconocimiento de los distintos segmentos poblacionales, sus prácticas y las formas en que se relacionan con la política. En nuestra óptica, éste es el aspecto central donde se intersectan la democracia y la comunicación; en el espacio de las audiencias, en el contraste de las ofertas simbólicas tenemos el marco informativo sobre el ejercicio de los actores políticos y el contexto de las prácticas sociales en los procesos de recepción. Es el espacio donde la audiencia genera sus procesos de resignificación, donde se gestan movimientos sociales y políticos que buscan trastocar las estructuras del poder (Castells, 2010). Este ángulo nos lleva a penetrar aún más en la relación comunicación y democracia. El empleo de la categoría analítica prolífica ‘cultura política’ nos permitirá entender cómo se visualizan las acciones de poder y los significados en torno al mismo a partir de un proceso dinámico de construcción de significados.

La cultura política

El concepto de ‘cultura política’ es relativamente nuevo en las ciencias sociales en México.⁴ De acuerdo con Esteban Krotz, la noción comenzó a tener mayor visibilidad a partir de tres episodios cataclísmicos en nuestra sociedad, el terremoto que sacudió la ciudad de México

en 1985, las cuestionadas elecciones presidenciales de 1988 y las explosiones en la ciudad de Guadalajara en 1992 (Krotz, 1997). Cabe agregar que el proceso de transición a la democracia, iniciado electoralmente en 1989, dio a la noción gran vitalidad y razones para su estudio y empleo, sobre todo en su perspectiva más clásica.

El concepto clásico de cultura política fue formulado hace más de cuarenta años por dos politólogos norteamericanos, Gabriel Abraham Almond y Sydney Verba (1963), quienes concibieron a la cultura política como las creencias, actitudes, valores, ideales, sentimientos y evaluaciones sobre el sistema político y su posición dentro del sistema predominante en un pueblo. Su objetivo es la medición de actitudes, valores y comportamientos en torno a la democracia (Parás *et al.*, 2011).

Esta perspectiva tiene implícitamente una concepción evolucionista y funcional que generalmente se operacionaliza a partir de mediciones en torno a satisfacción con la democracia, eficacia política, evaluación del gobierno y corrupción. Sin embargo, las categorías no necesariamente son aplicables a la organización, historia y particularidades de los países de América Latina. Además, su carácter normativo no alcanza a distinguir procesos y contradicciones sociales en países con una enorme desigualdad social, como los de esta región, además de las matrices culturales vinculadas a las nociones de lo político.

Al definir a la cultura política Almond y Verba (1963) hacen más énfasis a lo que se ha definido como cultura cívica, la cual es un tipo particular de cultura política basada en la aceptación y adhesión de la autoridad política; la creencia en las posibilidades de influir en las decisiones políticas, y la confianza de los conciudadanos. Cabe decir que esta perspectiva resulta de una posición etnocéntrica, pues partió de estándares contruidos con base en la realidad de la sociedad norteamericana, que no necesariamente constituyen el modelo ideal de sociedad democrática ni se ajustan a los contextos latinoamericanos con sus propias contradicciones e historia.

Además, la metodología cuantitativa que se desprende de este enfoque es limitada para una concepción amplia sobre la relación cultura y política. Si bien esta metodología aporta datos concretos y verosímiles, se limita a

una serie de variables predefinidas que impiden captar otros aspectos de esta compleja relación, sobre todo en términos de significación.

Por ello es necesario integrar la reflexión de Esteban Krotz, quien a partir de la crítica al modelo de Almond y Verba, define la cultura política como “el universo simbólico asociado al ejercicio y a las estructuras de poder de una sociedad, el cual es parte del universo simbólico general; los conocimientos, sentimientos y evaluaciones referidos a objetos políticos se encuentran entrelazados de muchas maneras con todos los conocimientos, sentimientos y evaluaciones disponibles en una cultura dada” (1997: 41). Propone, entonces, una cuarta dimensión agregada al modelo de Almond y Verba, la utópica.

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

En la misma sintonía, concordamos con la crítica a la perspectiva clásica de Almond y Verba hecha por Norbert Lechner, quien ha señalado que el estudio de la cultura política se basa equivocadamente en la medición de las creencias y preferencias expresadas en las encuestas de opinión pública, que su análisis debe contemplar sistema de valores, representaciones simbólicas e imaginarios colectivos; y en esa línea, la interacción de los sujetos con los referentes mediáticos.

Por lo anterior, en este trabajo consideramos la cultura política como un proceso de atribución de significados en torno al poder, en un contexto trazado por relaciones de poder y de conflicto⁵ en el que los procesos comunicativos juegan un papel central en la emisión de las formas simbólicas, la ideología y la búsqueda de la hegemonía; y en la lectura de los medios, apropiación y resignificación de los discursos mediáticos a partir de las vivencias propias. Este concepto contempla el hecho de que los medios de comunicación son actores

políticos cuyas agendas y vínculos con la clase política permean en la estructuración de distintas versiones de la realidad, los medios de comunicación dominantes⁶ excluyen a la ciudadanía de la construcción de contenidos y, por ende, de la verdadera discusión pública.

La visibilidad que los medios de comunicación, en particular la televisión, otorgan a las prácticas políticas, la propia composición del sistema mediático mexicano y el proceso de lectura o recepción de los contenidos informativos por parte de las audiencias, obligan a considerar que los procesos comunicativos, la comunicación como fenómeno y como campo de estudio, son centrales en la construcción de la cultura política vista como un proceso complejo y dinámico.

El proceso de la recepción en la comunicación

En las últimas décadas, el estudio de las prácticas de recepción se ha constituido como central en el campo de la comunicación, y sobre todo se ha concentrado en la exploración televisiva; no obstante, existen trabajos que han examinado la relación con otros medios como la radio (Gómez, 1994) que básicamente han señalado la importancia de revisar los procesos socioculturales relacionados con el consumo mediático.

La recepción aquí se asume como un ángulo de la comunicación en el que es posible adentrarse en el contexto cultural del grupo observado, a sus prácticas y a sus relaciones sociales y políticas, pero sobre todo considerar que los sujetos son permanentemente productores de sentido en su relación con los medios de comunicación. Grimson y Varela (2002) plantean que el estudio de la recepción en los sectores populares en América Latina se presentó como una vía fructífera de exploración de las significaciones y la producción de sentido.

Los estudios culturales son una perspectiva teórico-metodológica que se enfoca al receptor-sujeto, concentrando su atención en el contexto macroestructural y cotidiano, sobre todo la clase social,⁷ a partir del cual se desarrollan las prácticas. Asimismo, observa la capacidad activa de los sujetos, quienes son vistos con la facultad de otorgar sentido a los procesos comunicativos mediáticos.⁸ En el plano latinoamericano destacan las reflexiones de Jesús Martín-Barbero (1987)⁹ en torno a

las *mediaciones*, aquellos lugares desde donde es posible comprender la interacción entre el espacio de producción y de la recepción, donde es factible ver que aquello que se produce en la televisión no responde únicamente a requerimientos del sistema industrial y a estrategias comerciales, sino también a exigencias que vienen de la trama cultural y de los modos de ver (Martín-Barbero, 1992: 20).

El centro de los trabajos de los estudios culturales radica en el desplazamiento de la concepción sociosemiótica¹⁰ de los textos, al análisis y estudio de los contextos de recepción, en éstos las prácticas y rutinas cotidianas de la familia son ubicadas como instituciones que objetivan valores de la cultura, reproducen la realidad y se establecen como la unidad básica en una sociedad tradicional.

Las aportaciones centrales en el ámbito teórico de los estudios culturales en la comunicación son tres:

- Caracterizar el proceso entre el mensaje y el receptor como una práctica compleja de construcción de sentido, ubicando a la producción de la recepción de mensajes masivos en un marco semiológico-marxista. A partir de la noción semiótica se contempla la producción infinita de significados, la semiosis, que se deriva de la experiencia (Pierce, 1986).
- Desplazar la mirada hacia las prácticas culturales populares por oposición a la alta cultura.
- Situar al espacio social de convivencia cotidiana de los sujetos como central en las prácticas culturales.

Otro aspecto clave de los estudios culturales, que nos permite acercarnos a la relación de las audiencias con los medios de comunicación para indagar el papel de los sujetos en la sociedad (Ronsini, 2003), lo constituyen los planteamientos que hiciera Stuart Hall (1980), sobre la base de la semiología francesa, en torno a los tres modos de interpretación o decodificación de los receptores respecto a los vehículos simbólicos:

- Modo de codificar (aceptación de las ideas dominantes).
- Modo modificador de significaciones rescatadas (modo negociador).

- Modo de oposición o resistencia (atrae referencias antagónicas para interpretar el mensaje).

En esta investigación hemos identificado a la familia como unidad de observación, la cual posee la particularidad estructural de pertenecer a los llamados sectores populares o de clase(s) baja(s). Este rasgo se sintoniza de manera interesante con los presupuestos originales de los estudios culturales.

Para Silverstone y Morley (1996) las prácticas y rutinas cotidianas de la familia son ubicadas como instituciones que objetivan valores de la cultura, reproducen la realidad y se establecen como la unidad básica en una sociedad tradicional. La familia instaaura relaciones internas de convivencia, rutinas y reglas de comportamiento, determinadas por las propias estructuras de la sociedad.

La familia, definiendo al grupo observable

En la actualidad la familia sigue siendo una unidad social articuladora de las actividades cotidianas de los sujetos; y no sólo eso, brinda las rutas para la socialización y la internalización de valores, incluso este grupo social configura el contexto inmediato. Bajo esta lógica hemos decidido explorar la dinámica familiar para aproximarnos a las prácticas comunicativas, pues aun cuando hay estudios que han analizado el desplazamiento de la recepción a espacios públicos (Rodríguez, 2009; Repoll, 2010), la recepción en familia continúa siendo una práctica predominante en términos de interacción social; sobre todo en circunstancias en las que el hogar es un espacio concentrador y arropador (ante un entorno urbano despersonalizado y excluyente) de forma particular en ciertos sectores de la sociedad.¹¹ Aunque el consumo televisivo se desplace a otros sitios y la familia probablemente ya no sea más la unidad mínima de análisis (Repoll, 2010), ello no significa que su exploración no sea necesaria y válida; en este sentido, estamos de acuerdo con Tello (2005) cuando señala que es una estructura permanente para la sobrevivencia de la sociedad. En el hogar, la familia es parte de las comunidades interpretativas (Fiske, 1982) y/o de apropiación y significación (Orozco, 1991, 1994), donde se intercambian las asimilaciones hechas previamente y se reapropian nuevamente hasta que se conforma una

significación definitiva por parte del sujeto. En dicho espacio grupal se enlazan rutinas y actividades.

Distintos estudios han afirmado que la televisión es el medio que alimenta mayormente la dinámica familiar: puede fortalecer la comunicación interna y externa al transmitir temáticas compartidas y actividades en común (Barrios, 1992) y se constituye como un elemento donde las relaciones familiares atraviesan la dimensión educativa como mecanismo de control y de enseñanza (Renero, 1992).

De manera específica, para este estudio hemos elegido a familias de escasos recursos, pertenecientes a las clases bajas o populares, dado que poseen rasgos muy particulares, cuyo centro radica en las estrategias de supervivencia y en sus modos de relacionarse con distintas expresiones de la sociedad como parte de sus propias aspiraciones.

Las familias pobres en México

En los años setenta, Larissa Adler empleó la noción 'familias marginadas' para definir a aquellos grupos con parentesco caracterizados por vivir en un estado de inseguridad crónica respecto al empleo y los ingresos. A partir de su trabajo empírico, señaló que ante estas circunstancias las familias marginadas sobreviven a través de las redes sociales basadas en instituciones tradicionales como son la propia familia, la amistad y el compadrazgo –y en el concepto de reciprocidad, entendido como un intercambio entre iguales–. Estas redes "de carne y hueso" propician un intercambio permanente de bienes y servicios, así que la cooperación intrafamiliar de esposas, niños y abuelos es parte de una cooperación interfamiliar generalizada. Las redes están formadas en su mayoría por parientes cercanos, pero también incluyen a vecinos no emparentados, quienes eventualmente pueden ingresar a la familia a través del parentesco ficticio o compadrazgo.

Para efectos de una aproximación que provea de mayores elementos de actualidad, trabajamos con la categoría 'familias pobres' como base para situar teóricamente a nuestro grupo social observable, sobre todo porque el concepto 'marginalidad' se asoció ampliamente a un proceso de disfunción social desde la perspectiva

funcionalista (Ziccardi, 2004).¹² Oscar Lewis (1961) indica que estudiar empíricamente a una familia es clave para su comprensión amplia, dice que “es una unidad natural de estudio”, particularmente en una gran metrópoli como la ciudad de México.¹³ Tello (2005), por su parte, señala que las familias pobres normalmente se avecinan en las llamadas “colonias populares”, ahí viven en una economía de subsistencia más o menos apremiante. Lo que coloca a la economía familiar e individual en el centro de la problemática, y en consecuencia, el valor central es el dinero; sus vidas cotidianas giran en torno a su obtención. En las colonias populares existe una cercana relación entre vecinos, quienes suelen pasar algo de su tiempo en las calles cercanas a su domicilio. A pesar de ello, indica la autora, el entorno social de dichas colonias urbanas es un contexto en el que la inseguridad y la violencia tienen presencia permanente.

La pobreza viene a ser el factor dinámico que afecta la participación en la esfera de la cultura nacional creando una subcultura por sí misma, uno puede hablar de la cultura de la pobreza; tiene sus propias modalidades y consecuencias sociales y psicológicas distintivas para sus miembros (Lewis, 1961).

En otra perspectiva, referirse a la pobreza es situar a los sujetos en la estructura social, pues para Bourdieu (2002) hablar sobre el lugar social de los agentes es muy importante, este autor ha señalado que las diferencias sociales se objetivan en tipos de bienes, casas, vestidos, modos de hablar, de relacionarse, y se subjetivizan en modos de ver, de pensar propios de la posición social del agente. Bajo esa lógica el espacio social se convierte así en espacio social simbólico, constituido por grupos de “status” con diferentes estilos de vida.¹⁴

En nuestro país la pobreza es un problema generalizado, aunque las cifras de distintas instancias difieren e impiden dimensionar con precisión el problema.¹⁵ No obstante, México es considerado el líder en este rubro en la lista de miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). Un informe del Centro de Estudios de las Finanzas Públicas de la Cámara de Diputados de México estima que en los últimos dos años la pobreza extrema aumentó en siete millones de personas, pasando de 13,7% a 20% del total nacional (BBCMundo, 2009).

Las cifras oficiales dan cuenta del precario estado de bienestar social generalizado en México, y sobre todo de la desigualdad. A finales de 2009 el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval), organismo desconcentrado de la Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol), presentó las últimas cifras sobre pobreza en México basadas en una nueva metodología multidimensional, los resultados corresponden a la aproximación bianual que hace la institución. Esta medición considera el bienestar (ingreso), la cohesión social y la carencia de derechos sociales –educación, acceso a servicios de salud y de seguridad social, calidad, espacios de vivienda, servicios básicos en el hogar y alimentación–. El informe indicó que hasta 2008, sólo 18% de los mexicanos –19.5 millones– poseían los ingresos suficientes para vivir y tenían cubiertos todos los satisfactores.

Unidad de observación y su contexto geográfico social

La zona que se investigó en este trabajo se ubica prácticamente al centro de la delegación Gustavo A. Madero, esto constituye su mayor peculiaridad, pues a pesar de tener rasgos de zona de periferia, el asentamiento observado se enclava casi en pleno centro de la zona metropolitana de la ciudad de México y a unos 3 kilómetros de las oficinas administrativas de la delegación.

Sus rasgos socioeconómicos nos llevan a situar socialmente a nuestros sujetos –comparten características socioeconómicas y culturales en condiciones de pobreza–, podemos señalar que en conjunto pertenecen a una clase social.

El sitio de observación se ubica en un asentamiento urbano irregular compuesto por más de treinta casas asentadas sobre la orilla de la avenida Gran Canal, un río que cruzaba la zona y que ahora está entubado. La mayoría tiene paredes y techos de madera y cartón. Las casas se colocan juntas unas de otras y no poseen ningún patio ni segundos pisos. Comparten muchas áreas comunes, cada casa tiene sus lavaderos que se ubican a los lados de cada una de ellas, los tendedores completan la zona de servicio. Todas están alineadas y recargadas sobre las paredes de una vieja estación de trolebuses, sus habitantes saben que es peligroso vivir ahí, pero “por aho-

ra no tenemos otro lugar” comenta uno de los vecinos. Las dimensiones de las casas varían, van de cuatro a seis metros cuadrados y casi todas tienen una sola habitación: el llamado cuarto circular, por la multiplicidad de usos. Se observan antenas aéreas y cables que conectan unas con otras. Cerca hay un pequeño parque con juegos metálicos y una pequeña cancha de fútbol, se puede mirar niños correr ahí. La mayoría de sus pobladores se desplaza a otras zonas de la ciudad a trabajar, y otros se dedican a oficios distintos o al comercio informal, los niños van a las escuelas públicas cercanas.

La aproximación metodológica

Morley y Silverstone han propuesto que la entrevista y la observación pueden producir una “explicación descriptiva e interpretativa de las vidas y los valores de aquellos sujetos sometidos a la investigación”. Para ello es necesario, dicen, desarrollar los métodos etnográficos apropiados para estudiar la relación de los públicos con la televisión, como por ejemplo “entrar en el campo” y mediante la observación y la entrevista, intentar describir e inevitablemente interpretar las prácticas de los sujetos en cierto contexto cultural. Las etnografías se fundamentan en las realidades de las vidas de otras personas (Morley y Silverstone, 1996). Bajo este marco, la aproximación metodológica empleada para el estudio de la recepción fue cualitativa. El estudio contempló la utilización de la etnografía, esta técnica se empleó mediante el registro detallado en un diario de campo en el que se anotaron los pormenores sobresalientes sobre:

- Aspectos físicos del lugar.
- Equipamiento doméstico y uso.
- Rutinas y pautas de interacción mientras se ve televisión.
- Interacción de los miembros de la familia con los contenidos televisivos.
- Interacción social con los vecinos.

Así como entrevistas en profundidad en las que se exploraron las siguientes categorías:

- El contexto (percepción y concepción sobre ubicación, movilidad y desplazamiento a distintos destinos).

- Consumo cultural en la ciudad de México.
- Hábitos de tiempo libre y rutinas.
- Concepción sobre la televisión.

Realizamos trabajo de campo en ocho hogares, con igual número de entrevistas, efectuándolas en profundidad con informantes clave que fueron jefes de familia, amas de casa o hijos mayores. En su mayoría las entrevistas fueron dadas por mujeres amas de casa, pues en este sitio en general se mantiene la división del trabajo tradicional, de que el hombre trabaja fuera de casa y la mujer se encarga de las labores domésticas; por diversas razones no fue posible entrevistar a todos, no obstante, nuestros informantes hicieron revelaciones sobre los otros miembros del hogar y los distintos procesos de interacción grupal. Cabe señalar que mediante la técnica de bola de nieve se consiguieron el resto de las entrevistas, a partir de la primera se fueron contactando y agendando las demás. Aunque es muy pequeño este número de entrevistas, resulta suficiente para explorar el proceso de recepción televisiva y su vínculo con otros procesos, pues en atención a los rasgos de la investigación cualitativa, no se pretende buscar la generalización¹⁶ ni patrones o modelos de familia, sólo familias cuyos estilos de vida pueden ser semejantes a los de otras de su misma cultura (Barrios, 1992).

Estas herramientas de investigación permitieron una complementariedad sobre la información obtenida, pues además de que pudieron realizarse simultáneamente arrojaron datos descriptivos.¹⁷ El trabajo de campo se realizó con familias de escasos recursos en la delegación Gustavo A. Madero. De acuerdo con la Fundación de Estudios Urbanos y Metropolitanos Adolfo Christlieb,(2003) esta demarcación ocupa el quinto lugar en la línea de pobreza acentuada con un índice de pobreza de 0.1156, precedida por Milpa Alta, Xochimilco, Iztapalapa y Tláhuac.

Hallazgos de un estudio in situ, la recepción de noticias en la construcción de la cultura política en el marco de la democracia

El objetivo de este apartado es la descripción y análisis de los resultados del estudio empírico sobre la recepción televisiva y las prácticas asociadas a ella en torno

a la significación de la estructura del poder, partiendo de la premisa de que la recepción puede ser vista como una “ventana para asomarse a otros procesos sociales” (Orozco, 1994), pues no se limita al acto de ver televisión o estar frente a la pantalla, en ella está involucrada una serie de procesos socioculturales relacionados entre sí que se dan antes, durante y después de mirar la televisión.

Pautas de consumo de noticieros, la interacción familiar e integración a la vida cotidiana

Las prácticas sociales de nuestra unidad observable tienen que ver centralmente con las actividades económicas necesarias para sobrevivir en un entorno adverso en condiciones materiales de escasez y exclusión social, así como con los vínculos emocionales y afectivos de los miembros de las familias en estudio.

Las actividades generales y rutinarias de nuestras familias observadas se concentran básicamente en cuatro: trabajo, escuela, quehaceres domésticos y ver televisión. La práctica de ver televisión traza la de los quehaceres domésticos, que también se alterna en otros momentos con la escucha radiofónica. Otros estudios han observado que el consumo individual de televisión ha aparecido como una práctica cada vez más generalizada; sin embargo, en nuestro grupo observable esa tendencia se da en mucho menor medida, particularmente por el escaso espacio que se comparte, la interacción familiar es amplia; no obstante, se observaron prácticas individuales, sobre todo en los niños y jóvenes, condicionadas por horarios, es decir, no en horarios simultáneos. La mayoría de las familias observadas poseen un cuarto, o dos muy pequeños, la televisión se dispone al centro del cuarto principal donde a menudo está también la cocina, así que el aparato permanece encendido por largos periodos de tiempo. El mobiliario es de segundo uso o muy viejo, uno o dos sillones están como sala compartiendo el espacio con las camas que de manera lateral se ubican en torno al artefacto, de modo que a la hora de dormir o despertar la televisión puede ser vista por todos. En las mañanas, incluso, se enciende como despertador y acompaña el desayuno. Por las tarde acompaña la comida y por la noche arrulla a algunos mientras que otros dialogan en torno a sus contenidos.

Actividades familiares

Miembro	Entre semana	Fin de semana
Padre	Trabajo.	Trabajo/ver tv.
Madre	Hogar/ver tv, escuchar la radio.	Hogar/ver tv.
Hijos	Escuela /ver tv, actividades recreativas (jugar, convivir con amigos).	Ver tv/actividades recreativas (jugar, convivir con amigos).
Otros (nietos)	Escuela /ver tv, actividades recreativas (jugar, convivir con amigos).	Ver tv, actividades recreativas (jugar, convivir con amigos).

Fuente de elaboración propia.

Las rutinas son claramente definidas por género entre semana. En la mayoría de los casos estudiados, el hombre sale a temprana hora a trabajar y regresa por la tarde-noche, en algunas familias regresa a mediodía a almorzar o comer. En este grupo observable se reproduce el patrón tradicional de división del trabajo familiar.

En los dos momentos en que el padre regresa a casa convive principalmente con la esposa, además la compañía de la televisión se hace patente, sobre todo al comer, mientras se intercambian puntos de vista sobre problemas familiares, se comentan contenidos televisivos y se intercambian opiniones, sobre todo porque se sintoniza el noticiero según la hora. La relación más completa familiarmente y en torno a la televisión se da los fines de semana. Estas reflexiones resultan pertinentes en el sentido en que Morley (1996) plantea la importancia sobre ¿qué significa mirar televisión? y sobre todo a partir de integrar dos cuestiones, el modo en que las audiencias interpretan la televisión y el uso que se hace del material televisivo en distintas familias.

En ese tenor, cabe anotar que en los momentos antes reseñados y al interior de la familia, se establece un diálogo entre el esposo y la esposa sobre los contenidos televisivos, en especial los informativos, se comentan las noticias en relación a vivencias propias para evitar circunstancias adversas como robos o asaltos; es una ventana que permite asomarse al exterior, se constituye un vínculo entre la esfera pública y la privada, como ha señalado Silverstone (1994). De igual modo, las noticias se construyen como *supertemas* (Orozco, 1994), para es-

tos casos específicos son la inseguridad, el desempleo, la corrupción, el transporte y la economía.

Entre las familias entrevistadas prevalece el subempleo en oficios como albañilería, talabartería y comercio, tienen trabajo de forma variable y sin ningún elemento de seguridad social; también hay empleados/obreros de baja jerarquía con bajos salarios y pocas oportunidades de ascenso debido a su baja escolaridad.

Por otro lado, cuando el padre está ausente la madre emplea material de los contenidos televisivos para ejemplificar los riesgos de la vida diaria en la ciudad; y a veces tal uso didáctico para la vida también es empleado por ambos padres.

Percepción sobre la política y sociedad. Contenidos y redes sociales durante las elecciones de 2009

Durante las campañas políticas de julio de 2009, en el sitio investigado, se organizaron algunas familias, principalmente mujeres con niños para ir juntos a los mítines y/o reuniones de comités de base de distintos partidos, principalmente del Verde Ecologista. En otras elecciones se habían asumido como militantes del PRD, en una relación más bien de tipo clientelar (Tejera, 2009), pero después de haber terminado periodos de diputados locales, federales y delegados sin cumplir sus promesas, para esta campaña dejaron de apoyar a ese partido. Circunstancia que, en las condiciones de existencia y vulnerabilidad de este grupo, cobra una gran importancia en torno a lo que se concibe como ejercicio político.

Venían siempre los del PRD, nosotros les ayudábamos a repartir volantes, hacer pintas a ir a los mítines o donde nos dijeran, y votábamos por ellos. Nos habían dicho que nos iban a ayudar a regularizarnos o reubicarnos, pero nunca cumplieron [ama de casa, 33 años].

Vinieron los del PRD, PAN, PVEM y PT, dan despensas, piden el voto, nos dicen que todo va a cambiar y que nos van a dar una vivienda, pero en esta ocasión la gente ya no quiso creer [ama de casa, 28 años].

La circunstancia concreta de las falsas expectativas creadas por los partidos políticos, el intercambio de

opiniones sobre la situación que se atraviesa, la espectacularidad con la que las televisoras mexicanas recrean las prácticas políticas, así como la socialización de ello, son factores que intervienen de forma importante en la percepción sobre lo político.

En ese sentido, podemos decir que la experiencia cotidiana se enlaza directa y estrechamente con la información mediada, la que proviene de los medios de comunicación, preponderantemente de la televisión; de igual modo la utopía cataliza ambos aspectos.

Siempre le habíamos ido al PRD, ahora cambiamos al Verde, pues ya están acabando con los bosques y las áreas verdes. Por medio de la televisión hemos visto reportajes de cómo se acaban los árboles, los montes y las selvas. El candidato del Verde vino a sembrar plantas y árboles al parque y nosotros salimos a ayudarlos [ama de casa, 33 años].

Aquí cabe destacar la propia conciencia que tienen sobre su participación en distintas actividades de tipo político y electoral. Como el testimonio antes citado deja ver, hasta el año pasado, estas familias no sólo acudían a los llamados de los comités de base y las autoridades locales para ser parte de los actos oficiales del perredismo gobernante en la delegación, sino que estaban afiliados y había una simpatía ideológica con ese partido. Misma que –como parte del declive en las simpatías electorales alimentado por las pugnas internas partidistas, el distanciamiento de Andrés Manuel López Obrador con la dirigencia en los años posteriores al conflicto poselectoral de 2006, así como el incumplimiento de las autoridades locales de promesas específicamente hechas a ellos, particularmente sobre su reubicación– se mermó al grado de salir de las filas del partido. Durante varios años se sostuvo una relación clientelar (Tejera, 2002; De la Peña, 1990) con el PRD que, como mencionamos, con el tiempo se fue deteriorando.

Producción de sentido, cultura política y televisión

La cultura es definida como la atribución de significados incrustados en todas las prácticas sociales (Dagnino en Tejera, 2007). La audiencia confiere a los noticieros significados específicos derivados de usos y vivencias puntuales; es decir, el sentido se genera más allá de la

construcción discursiva planeada por los emisores. La relación con los noticieros genera un proceso de *semiosis* (Pierce, 1986) en el cual se vincula las historias narradas diariamente por los medios en distintos momentos del día, articuladas a la experimentación de determinadas políticas públicas, problemáticas locales y percepciones enmarcadas en los discursos mediáticos.

Los sujetos comentan sobre el seguimiento noticioso de los temas como historias a las que les siguen la pista y de las cuales generan nociones sobre la práctica política y el devenir.

El enlace de la audiencia con los contenidos mediáticos articula la organización y el dominio del tiempo colectivo sobre el plan simbólico, y ésta es una de las funciones del *imaginario social* (Baczco).

La televisión en este grupo social tiene un fuerte potencial articulador de rutinas, de formas de organización temporal y de socialización, en ella se tejen relaciones y momentos, incluso profiere representaciones colectivas que se enlazan con la imaginación social, con sus simbolismos y sus ilusiones.

De los contenidos mediáticos se extrapolan experiencias a nivel pedagógico, desde acercarse a procesos y procedimientos en términos de los derechos de los ciudadanos, hasta el conocimiento de situaciones de conflicto que pueden evitarse si se sabe cómo.

En la tele vemos lo que pasa, los problemas en las noticias, y ahí puede uno saber a dónde dirigirse si le pasa lo mismo. A mi esposo lo metieron a la cárcel siendo inocente. Hemos visto casos como el de él, eso pasa mucho en México [ama de casa, 45 años].

De acuerdo con los datos obtenidos, los noticieros se convierten en la ventana para monitorear la actividad política, son ampliamente consumidos por la posibilidad que ofrecen de seguir los acontecimientos políticos, de informarse y conocer, pero sobre todo bajo la ilusión de ver llegar mejores circunstancias.

En concordancia con los resultados de distintas encuestas nacionales sobre consumo cultural o de cultura política, como las ENCUP 2005 y 2008, los noticieros son los programas preferidos en este grupo observable.

Aun cuando existen diferencias en el consumo, particularmente los niños ven programas infantiles como caricaturas y películas, y telenovelas junto a sus mamás, los miembros de la familia ven de manera conjunta los noticieros a la hora de la comida, por la mañana y/o por la noche.

Circunstancia que resulta interesante pues, dadas las condiciones en que este grupo observable vive, la participación mediadora de los padres respecto al contenido posee mayor énfasis, el rol de los padres en este sentido se revaloriza.

Por otro lado, como se mencionó antes, el consumo de noticias en este grupo responde a una necesidad de monitorear la actividad política para observar y esperar algún acontecimiento nuevo y diferente en las prácticas de los políticos, pero sobre todo se cataliza la utopía esperanzadora de encontrar posibles signos de avances en el desarrollo de la sociedad mexicana. Avances que constituyen una posibilidad de acceder a mejores condiciones de vida y a encontrar motivaciones para esperar un futuro mejor: “Estar enterados de lo que pasa, haber si pasó algo nuevo, tenemos la esperanza de que el país cambie algún día” (ama de casa, 45 años).

En ese sentido, la información obtenida sugiere también que los noticieros constituyen un espacio para presenciar lo que sucede en una esfera lejana físicamente pero a la vez cercana porque forma parte de las discusiones de los asuntos públicos, sobre todo porque dentro del manejo informativo los medios de comunicación en México han tendido a la espectacularización de la noticia; de modo que, como rasgo de la comunicación política en México, la televisión en particular ha provocado cambios sustanciales en la forma de hacer política (Vega, 2004).¹⁸ En esa línea, la audiencia se convierte en un espectador que no participa, un sujeto a la espera de lo que en el show televisivo se muestre: “Vemos los noticieros para ver qué pasa, para seguir lo que hacen los políticos, para estar enterados de lo que hacen o no hacen; hacen cada cosa” (obrero, 24 años).

Los contenidos mediáticos son detonantes para socializar opiniones, críticas y comentarios en general acerca de las prácticas políticas, se comparten puntos de vista al estar interactuando en conjunto; y éstos a su vez son materia prima para mirar y posicionarse frente al

ejercicio del poder: “Cuando vemos los ‘comerciales’ y noticias uno se pone a dialogar sobre la política, mi esposo que es el que más sabe, nos explica a todos” (ama de casa, 60 años).

El referente inicial para la conformación de percepciones sobre el ejercicio político lo constituye el diálogo familiar que se genera a partir de los contenidos mediáticos provenientes de la televisión. Como se ha mencionado antes, las rutinas diarias están imbricadas con las pautas de programación televisivas, ver la televisión forma parte de las actividades de los distintos miembros de la familia, por separado y en conjunto, en combinación con otras, o como la propia actividad en sí. Se observó que un miembro de la familia, generalmente el padre, busca más información televisada, y en otros medios como la prensa, y que la comenta con los demás integrantes, es decir, que se da un proceso de socialización, *mediación*, apropiación y resignificación de los contenidos sobre todo a partir de su experiencia cotidiana y cercana: “Mi esposo ve mucho las noticias y las comenta con nosotros, él sabe más. Comentamos cómo nos fue el año pasado con los políticos: si robaron, si cumplieron lo que prometieron” (ama de casa, 28 años).

Es importante señalar que, de acuerdo con la información obtenida, dichos procesos no se realizan de forma racional ni planeada, sino como parte de la integración transversal de la televisión a las actividades cotidianas. Los contenidos se toman necesariamente como materia prima de socialización, a la vez que se comparten para tomarse como ejemplo, como información, como parámetro, como fuente de apreciación y como reproducción de las tensiones sociales, de clase y en el ejercicio de los políticos, al tiempo que se confrontan y asumen nuevas formas con la realidad vivida.

Las percepciones y opiniones sobre la política provienen de manera importante de los contenidos mediáticos, sobre todo de la televisión, que para este grupo observable constituyó la principal fuente de información; cuando hablan de política refieren hechos completamente mediados que dan pauta a estructurar una opinión consensuada y retroalimentada en la comunidad, de apropiación particularmente familiar.

Cabe agregar que, como lo señaló Stuar Hall (1980), este proceso pasa por una mediación tecnológica inserta

en una estructura económica que requiere construir un consenso, por lo que la información tiene una intencionalidad ideológica, a la que la audiencia puede responder de un modo negociado.

“Este presidente ha agarrado más delincuentes, no ha mejorado la situación como quisiéramos, pero ha agarrado a personas que dañan a las familias” (ama de casa, 33 años).¹⁹ En esta verbalización es posible observar que aunque en el tema del combate al narcotráfico se afirma que no ha habido avance o mejora “en la situación”, referida al nivel de vida, a la economía, se reconoce una labor efectiva del gobierno federal, las detenciones de “capos” se conocen y se valoran. Para ese asunto hay una lectura negociada.

Conclusiones preliminares

Con base en la recopilación de la información y en nuestro trabajo de campo, podemos afirmar que la cultura política del grupo social estudiado es localista-clientelar y utópico-mediática.

Localista, porque el grupo social se encuentra en la capital del país, al noreste de la ciudad de México y algunos de sus miembros deben recorrer enormes distancias para trabajar y estudiar, deben pasar por toda la ciudad. Sin embargo, para quienes se desplazan, su hogar es el lugar de llegada y de pertenencia. Este arraigo importante también se observa entre quienes se quedan resguardando la casa o estudian en centros cercanos y tienen poco contacto con los otros.

Es clientelar porque para sobrevivir hay que hacer el juego simbólico de militancia con el PRD o con el Partido Verde, quienes ayudan o de quienes se espera que dispensen favores, como lo han identificado varios autores (De la Peña, 1990; Tejera, 2007).

Su manera de ver la vida está fuertemente mediatizada. Abrigados en sus casas se “asoman al mundo” a través de la televisión, se olvidan de él. El entorno urbano les resulta poco acogedor y la ciudad se articula en torno a la televisión; la cual les encierra en casa con la posibilidad de monitorear el mundo del exterior, sobre todo el de la política, con la esperanza de que la situación del país cambie.

Los datos obtenidos admiten que desde el punto de vista de la democracia, la interacción de los sujetos con las acciones del Estado a través de los noticieros televisivos se genera en una lógica de exclusión, sin poseer interlocución alguna. Sus espacios constituyen microdemocracias en tanto quisieran ser interpelados y muestran un ideal de la reestructuración del país, que los considere, que les cambie la vida. Si bien no manifiestan activamente algún modo de acción, y se ubican más como espectadores, se observa con claridad el sentido de cómo “debe ser el país”.

Asimismo, podemos afirmar que la cultura política de las familias estudiadas tiene un fuerte componente comunicativo, se depende en buena medida de la información noticiosa al carecer de espacios de socialización distintos al familiar. Este componente mediático es definido en buena medida por su condición de clase, pues al carecer de recursos adicionales a la satisfacción de necesidades básicas, el consumo cultural se concentra en la televisión, ahí hay divertimento sin costo. Así, en este grupo social los contenidos televisivos gozan de amplia credibilidad, ligada al bajo nivel educativo, la fuerte dependencia de los contenidos televisivos en las rutinas y la limitación de acceder a otros aspectos de la oferta cultural de la vida urbana. La televisión es concentradora y articuladora de la organización familiar, y el género que más prefieren ver es el noticiero, lo cual va en línea con los resultados generales de la ENCUP (2008) y Conaculta (2010), aun cuando observamos un patrón de consumo diferenciado por edad y género; cuando el consumo es en familia, optan por ver noticieros.

Por lo tanto, debemos enfatizar el hecho de que aunque su experiencia directa y cotidiana con las instituciones del Estado les hace depender en buena medida de la gestión de partidos políticos, también los contenidos televisivos se convierten en *supertemas* que son materia prima ofrecida por la televisión a manera de insumo sobre el acontecer político en el ámbito nacional. Estas familias retoman temas generales con base en sus propias carencias. En este grupo social la inseguridad y la justicia son centrales. Se definen temas locales con base en su experiencia cotidiana, como la vivienda y los servicios públicos, pero se enlazan a los grandes temas al hacer una evaluación de la eficacia política del gobierno federal y del local.

El marco cognitivo en términos de la información sociopolítica disponible para el televidente-ciudadano se constituye también parte del contexto situacional de nuestro grupo observable, pero es muy limitado debido a que, al parecer, no existe consumo de otras fuentes y referencias como revistas, periódicos o la contrastación empírica con otros interlocutores. Y al ser limitado el marco cognitivo que poseen estas familias, el proceso de resignificación también lo es, es decir, los discursos televisivos en torno a la legitimación del sistema, a la reproducción del status, a las políticas gubernamentales –en los temas puntuales de los que no hay mayor experiencia cotidiana– no son tan abiertos, pues las predisposiciones existentes de los sujetos que pudiesen limitar los efectos de la comunicación, pudiesen haber sido creadas por los propios medios, habría que explorar esta línea como clave.

Así, el contexto como marco estructural donde se desarrolla la comunicación interpersonal y mediada es el escenario vivencial donde los discursos de la clase política se ponen a prueba, se contrastan con la rutina y se enfrentan a formas negociadoras, de recepción.

Igualmente, las relaciones interpersonales con los miembros del propio grupo familiar, así como con los vecinos, parecen ser una muestra de la alta conflictividad social, pues existen riñas grupales y redes debilitadas por disputas por la tierra, el agua y los espacios de participación política.

Notas

¹ Cuando se alude al concepto ‘comunicación’ nos referimos al fenómeno concebido como proceso sociocultural en el que se implican distintos niveles de interrelación dialógica: interpersonal, grupal, mediática, hipermedial, etcétera.

² La perspectiva económica de la teoría democrática liberal está centrada en la racionalidad de la toma de decisiones, cuyo eje es la cantidad y calidad de la información a fin de obtener un mayor beneficio al menor costo; se considera que la información se compone simplemente de datos sobre un evento, por tanto, un ciudadano informado es aquel que tiene información que le ayudará a tomar una decisión. De acuerdo con esta perspectiva, las elecciones son un ejercicio de toma de decisión, la racionalidad se manifiesta en ellas porque el propósito central de las elecciones en una democracia es la selección

del gobierno. Cualquier ciudadano es racional al elegir si sus acciones lo llevan a tomar parte en la selección del gobierno de manera eficiente (Downs, 1957).

- ³ En *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, Habermas (1994) planteó que a finales del siglo XVII y principios del XVIII emergió una nueva esfera de lo público en el contexto del capitalismo temprano creado por el comercio de larga distancia y caracterizado por el tráfico de mercancías y noticias. Esta esfera pública se gestaba entre el ámbito de la autoridad pública, por un lado, y el ámbito de la sociedad civil y de la esfera íntima, por el otro, era una esfera pública burguesa que consistía en individuos privados que se habían reunido para debatir entre ellos y con las autoridades estatales la regulación de la sociedad civil y la conducta del Estado.
- ⁴ Cabe señalar que el fenómeno y su articulación conceptual comienzan a investigarse como tales en la década de 1960 en los Estados Unidos. Calles Santillana (1999) indica que la posguerra dio pie a indagar los cambios culturales que impactaban la estructura social pero que la crítica desde la psicología inhibió la investigación de la sociología política hasta los años setenta.
- ⁵ Esta noción de ‘conflicto’ proviene de la perspectiva marxista e implica un antagonismo propio del capitalismo fundamentado en las relaciones de producción, mismo que se atenúa mediante formas ideológicas y la búsqueda de la hegemonía (siguiendo a Gramsci (1999), como la dirección política que prioriza al consenso sobre la fuerza).
- ⁶ Aquí me refiero a los grandes conglomerados mediáticos como Televisa y TV Azteca que acaparan alrededor de 80% de la audiencia nacional y 94% de las señales de televisión abierta.
- ⁷ Al principio ésta fue la categoría central y única de análisis, más tarde se agregaron otras, como la de género, para comprender los procesos de recepción.
- ⁸ Se recupera la reflexión de Gramsci (1999), quien destacó la importancia de la cultura evocando una verdadera praxis y proponiendo el rescate de una significación cultural que se diera desde la clase más baja.
- ⁹ En *De los medios a las mediaciones*, Martín-Barbero (1987) toma como eje a la cultura en la búsqueda por una mejor aproximación a la comunicación. Para él la cultura es el espacio donde se producen los fenómenos comunicativos, desde los grupos de poder, en términos de la búsqueda de la hegemonía y el reconocimiento de la capacidad comunicativa de la sociedad.
- ¹⁰ Con ello nos referimos a que los estudios culturales, por lo menos en sus inicios, dialogaron ampliamente con la semiología, con los trabajos de Roland Barthes, para comprender que la construcción de los discursos audiovisuales se fundamentaba

en la ideología y poseía la intencionalidad para mantener el *status quo*, y que los mitos, como los llamaría Barthes, implementaban a la retórica para naturalizarse en cualquier producto cultural, carteles, historietas, fotografías, films, etcétera.

- ¹¹ Justamente se observó que para los sujetos estudiados la familia es un lugar de llegada, es el grupo sobre el cual se articulan las rutinas. Morley y Silverstone (1996) han dicho que se escoge la familia porque ésta, como unidad básica del consumo doméstico, ofrece el contexto más apropiado para una investigación naturalista del consumo y la producción de significados televisivos de otro tipo a partir de las rutinas.
- ¹² De acuerdo con esta autora, el concepto de marginalidad surge en los trabajos de la Escuela de Chicago, cuyo fundador fue Robert Park. La principal preocupación de la naciente sociología urbana era el alto grado de conflictividad social que existía en esa ciudad, lo cual provocaba elevados niveles de malestar social. Sus diagnósticos dieron origen a una teoría psicosocial del hombre marginal que consideraba que el espacio urbano degradado y la pobreza urbana presentada en ciertas zonas de la ciudad determinaban el comportamiento marginal, antisocial, de los individuos.
- ¹³ En la década de 1960 Oscar Lewis realizó un estudio con cinco familias y captó la relación estrecha entre la pobreza de familias emigradas a la ciudad de México y la construcción de sus ilusiones y desesperanzas.
- ¹⁴ De acuerdo con Ziccardi (2004), se debe a Marx y Engels el estudio de los orígenes de la pobreza; en ese sentido la vinculación de ella con la clase social.
- ¹⁵ El Banco Mundial ha señalado que en México 40% de la población es pobre y 18% de los mexicanos viven en pobreza extrema. Esos datos han sido desestimados por el gobierno federal, Ernesto Cordero, secretario de Desarrollo Social, expresó que “En México la proporción de personas que vive con menos de US\$1 al día (medida internacional para la pobreza extrema) representa cerca del 3% de la población; 14 millones de habitantes viven con menos de US\$2,50 al día (pobreza alimentaria) y alrededor de 40 millones viven con menos de US\$4,50 diarios (pobreza patrimonial)” [BBCMundo, 2009].
- ¹⁶ En México, hay unos 28 millones de hogares en los que conviven alrededor de 107 millones de personas, de acuerdo con las últimas estimaciones del Consejo Nacional de Población (*El Universal*, 2009).
- ¹⁷ Para el procesamiento del análisis de la información utilizamos una codificación temática tomando a los enunciados como unidades de análisis. La codificación temática contrasta, compara y abstrae los elementos constitutivos del significado, realiza una categorización inductiva en referencia a conceptos

o temas. Lo que es relevante es la sola ocurrencia de un tema o marco dentro de la comunicación.

¹⁸Vega ha dicho que “el contenido de las informaciones políticas no obedece necesariamente a áreas de interés, sino a la espectacularidad de los sucesos, ello con un afán de atraer la mayor audiencia posible. Así, las formas más frecuentes de hacer interesantes las noticias se traducen en enfatizar dramas y conflictos, en concentrarse en acontecimientos concretos y no asuntos abstractos, en personalizar informaciones, es decir, en centrarse en individuos y no en instituciones” (2004: 104).

¹⁹Aquí se hace alusión al programa de seguridad pública denominado “Guerra contra la delincuencia” que emprendió el presidente Felipe Calderón a principios de su gestión en 2006, para cuyo fin formó un gabinete de seguridad nacional y ha utilizado a las Fuerzas Armadas y a la Policía Federal. Esta “guerra” ha tenido una amplia difusión a través de los medios de comunicación, con fuertes componentes de espectacularidad en la captura de narcotraficantes, los decomisos de droga y armamento. Cabe señalar que la información que alimenta tal difusión proviene generalmente de fuentes gubernamentales.

Referencias

- Adler, L. (2002), *Redes sociales, cultura y poder. Ensayos de Antropología latinoamericana*. México, Flacso/Porrúa.
- Adorno, T. W. y M. Horkheimer (1986), “La industria de la cultura. Ilustración como engaño de las masas” en Curran, J., Gurevitch, M. y J. Woollacott (eds.), *Sociedad y comunicación de masas*. México, FCE.
- Almond, G. A. y S. Verba (1963), *The Civic Culture*. Princeton, Princeton University Press.
- Barrios, L. (1992), “Televisión, comunicación y aprendizaje en el contexto de la familia. Estudio etnográfico realizado en Venezuela” en Orozco, G. (comp.), *Hablan los televidentes. Estudios de recepción en varios países*. México, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales 4, Universidad Iberoamericana.
- BBCMundo.com (2009), “México, el dilema de la pobreza en crisis” en *BBCMundo.com*. 11 de febrero, Lenguajes. Consultado en http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/business/newsid_7881000/7881924.stm
- Bourdieu, P. (1984), *Sociología y cultura*. México, Conaculta/Grijalbo.
- (2002), *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Buenos Aires, Taurus.
- Branislaw, B. (1984), *Les imaginaires sociaux. Mémoire et espoirs collectifs*. París, Payot.
- Calles, J. A. (1999), “Recepción, cultura política y democracia” en *Comunicación y Sociedad*. Núm. 36, julio-diciembre, México, Universidad de Guadalajara.
- Castells, M. (2010), *Cultura y poder*. España, Alianza Editorial.
- Dahlgren, P. (1995), *Television and the Public Sphere: Citizenship, Democracy and the Media*. London, Sage.
- De Certeau, M. (1990), *La invención de lo cotidiano. 1. Artes de hacer. México*, UIA/ITESO.
- De Fleur, M. L. y S. Ball-Rokeach (1996), *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós.
- De la Peña, G. (1990), “La cultura política entre los sectores populares de Guadalajara” en *Revista Nueva Antropología*. Vol. XI, núm. 38, México, UNAM.
- Domínguez, R. (2011), “Los debates político-electorales televisados en México en la voz de dos generaciones y votantes. Un estudio de recepción en el ámbito de la comunicación política” en *Global Media Journal*. Vol. 8, núm.15.
- Downs, A. (1957), *An Economic Theory of Democracy*. Nueva York, Harper Row.
- El Universal* (2009), 2 de marzo.
- Fiske, J. (1982), *Introducción al estudio de la comunicación*. Colombia, Norma.
- Fuenzalida, V. (1991), *Televisión, pobreza y desarrollo*. Santiago, CPU.
- (2002), *Televisión abierta y audiencia en América Latina*. Buenos Aires, Norma.
- (2004), “La política resignificada desde la televisión” en *Diálogo Político*. Núm. 1, marzo, Argentina.
- Fundación de Estudios Urbanos y Metropolitanos Adolfo Christlieb (2003), “La pobreza y la desigualdad en las demarcaciones territoriales del DF”. Consultado en <http://www.fundacion-christlieb.org.mx/estudios/estudio13.pdf>
- García, M. (2003), *La relación entre música de banda que se escucha en la marginalidad de la pobreza y la transmisión y asimilación de patrones culturales dentro de ella*. Tesis de Licenciatura. México, Universidad del Valle de Atemajac.
- García, N. (1993), *El consumo cultural en México*. México, Conaculta.

- Gómez, H. (1994), "Los usos sociales de la radio, que no pare la música" en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*. Vol. VI, núm. 16/17, México, Universidad de Colima.
- Gramsci, A. (1999), *Introducción a la filosofía de la praxis*. México, Fontamara.
- Grimson, A. y M. Varela (2002), "Culturas populares, recepción y política. Genealogías de los estudios de comunicación y cultura en la Argentina" en Mato, D. (coord.), *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*. Caracas, Clacso/ Ceap/Faces-Universidad Central de Venezuela.
- Habermas, J. (1994), *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. España, Gustavo Gili.
- Hall, S. (1980), "Codificar y decodificar" en *Culture, media, language*. Documentos de trabajo en estudios culturales, 1972-1979. Londres, Routledge.
- Heller, A. (1977), *Sociología de la vida cotidiana*. Tercera edición al español. Barcelona, Ediciones Península.
- Hernández, F. y G. Orozco (2007), *Televisiones en México*. México, Universidad de Guadalajara.
- INEGI (2008), *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares*. México.
- Lewis, O. (1961), *Antropología de la pobreza. Cinco familias*. México, FCE.
- Lujambio, A. (1994), "Élites políticas y cultura política. Democratización vía televisión" en Reyes, J., Sandoval, F. y M. A. Carrillo (eds.), *Partidos elecciones y cultura política en México*. México, UAEM-UAM-COMECSO, 1994.
- Martín-Barbero, J. (1987), *De los medios a las mediaciones*. Barcelona, Gustavo Gili.
- Morley, D. (1996), *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires, Amorrortu.
- Mosco, V. (2006), "La economía política de la comunicación. Una actualización diez años después" en *Cuadernos de Información y Comunicación*. Vol. 11, Madrid, Universidad Complutense.
- Orozco, G. (1991), *Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio*. México, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales 2, UIA.
- (1994), "La autonomía relativa de la audiencia. Implicaciones metodológicas para el análisis de la recepción" en Cervantes, C. y E. Sánchez (coords.), *Investigar la comunicación. Propuestas iberoamericanas*. Guadalajara, CEIC-UdeG/Alaic.
- Parás, P. et al. (2011), *Cultura política de la democracia, 2010. Consolidación democrática en las Américas en tiempos difíciles*. México, Universidad Vanderbilt.
- Pareja, N. (2011), "Pobreza y televisión, la importancia de la comunicación masiva en la vida cotidiana. Un estudio de la recepción televisiva con familias pobres en la ciudad de México" en Portillo, M. e I. Cornejo (coords.), *¿Comunicación posmasiva? Revisando los entramados comunicacionales y los paradigmas teóricos para comprenderlos*. México, UIA.
- Peirce, C. (1986), *La ciencia de la semiótica*. Buenos Aires, Nueva Visión.
- Portillo, M. (2010), "La televisión y la democracia. Un estudio sociohistórico sobre la televisión abierta y su oferta en la ciudad de México" en *Andamios. Revista de Investigación Social*. Vol.7, núm.14, septiembre-diciembre, México, Universidad Autónoma de la Ciudad de México.
- Quintero, A. (2009), "¿Creerá la publiinversión 2009 en TV de paga?" en *NEO*. Vol.3.
- Renero, M. (1992), "La mediación familiar en la construcción de la audiencia. Prácticas de control materno en la recepción 'tele-viciva' infantil" en Orozco, G. (comp.), *Hablan los televidentes. Estudios de recepción en varios países*. México, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales 4, UIA.
- Repoll, J. (2010), "Consumo y usos de la televisión en los mercados públicos de la ciudad de México" en *Comunicación y Sociedad*. Nueva época, núm. 14, julio-diciembre, México, Universidad de Guadalajara.
- Ritzer, G. (1993), *Teoría sociológica contemporánea*. México, MacGraw-Hill.
- Ronsini, V. (2003), "Miniaturistas en campo" en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. Época II, vol. IX, núm.17, México, Universidad de Colima.
- Rodríguez, S. (2009), *El ritual televisivo. Las articulaciones que le dan sentido*. Tesis de doctorado. México, UNAM.
- Rosas, A. (2009), "Ir al cine. Modos de ser en sociedad" en Toussaint, F. (coord.), *Los medios en la educación, la cultura y la política*. México, FCPys-IISUE/Bonilla Artigas editores.
- Sartori, G. (1993), *¿Qué es la democracia?* México, TFE-IFE.

- (1998), *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid, Taurus.
- Schütz, A. (1932), *La construcción significativa del mundo social. Introducción a la sociología comprensiva*. Barcelona.
- Sierra, F. (2009), “La televisión digital terrestre” en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. Vol. 59, núm. 206, mayo-agosto, México, FCPYS-UNAM.
- Silverstone, R. (1994), *Televisión y vida cotidiana*. Argentina, Amorrortu.
- Hirsch, E. y D. Morley (1996), “Tecnologías de la información y de la comunicación y la economía moral de la familia” en Silverstone, R. y Eric Hirsch (eds.), *Los efectos de la nueva comunicación. El consumo de la moderna tecnología en el hogar y en la familia*. Barcelona, Bosch.
- Sinclair, J. (2000), *Televisión. Comunicación global y regionalización*. Barcelona, Gedisa.
- Tejera, H. (1996), “Antropología y cultura política en México” en Tejera, H. (coord.), *Antropología política, enfoques contemporáneos*. México, INAH/Plaza y Valdés.
- (1998), “Cultura política, poder y racionalidad” en *Alteridades*. Vol. 8, núm. 16, México, UAM.
- (2002), *No se olvide de nosotros cuando esté allá arriba. Cultura, ciudadanos y campañas políticas en la ciudad de México*. México, Porrúa/UAM.
- (2007), “Ciudadanía, partidos políticos y gobiernos locales en la ciudad de México. Cultura y democracia ciudadana” en Tejera, H., Robinson, S. y L. Valladares (coords.), *Política, etnicidad e inclusión digital en los albores del milenio*. México, Porrúa/UAM.
- (2009), “Hacia un enfoque alternativo de la relación entre cultura y política” en Toussaint, F. (coord.), *Los medios en la educación, la cultura y la política*. México, FCPYS-IISUE/Bonilla Artigas editores.
- Tello, N. (2005), “La estructura familiar en las colonias populares del DF” en *Mujeres, Derechos y Sociedad*. Año 1, núm. 2, septiembre. Consultado en <http://mdemujer.org.mx/femu/revista/0102/0102art03/art03pdf.pdf>
- Touraine, A. (1995), *¿Qué es la democracia?* México, FCE.
- Tuchman, G. (1983), *La producción de la noticia. Un estudio sobre la construcción de la realidad*. México, Gustavo Gili.
- Woldenberg, J. (2004), *Democracia y medios de comunicación*. México, Colección Sinergia núm. 4, IEDF.
- Ziccardi, A. (2004), “Pobreza urbana y exclusión social. Las políticas sociales de la ciudad de la Esperanza”. Buenos Aires. Trabajo realizado durante una estancia de investigación posdoctoral en el Instituto de Gobierno y Políticas Públicas (IGOP) de la Universidad Autónoma de Barcelona, documento no publicado.