

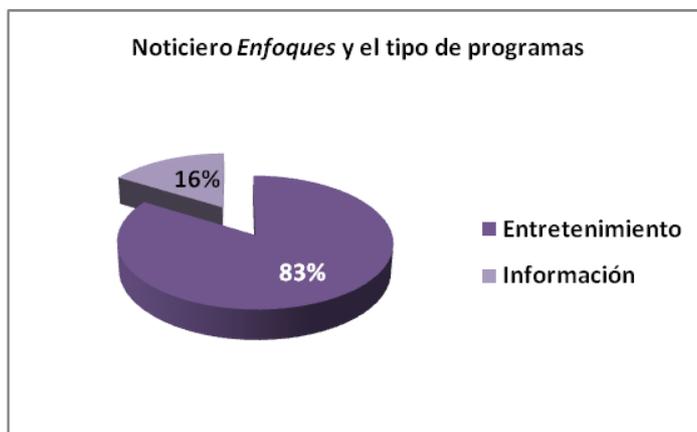
Capítulo5. Datos e interpretación de resultados.

El problema de si al pensamiento humano se le puede atribuir una verdad objetiva, no es un problema teórico, sino un problema práctico. Es en la práctica donde el hombre tiene que demostrar la verdad, es decir, la realidad y el poderío, la terrenalidad de su pensamiento. El litigio sobre la realidad o irrealidad de un pensamiento que se aísla de la práctica, es un problema puramente escolástico (Carlos Marx).

En este capítulo presentamos de forma sistemática los resultados del acercamiento empírico/praxeológico que se realizó a los dos noticieros televisivos motivo de estudio (*Enfoques* y *GDL Noticias*) y los resultados que se desprendieron de las entrevistas que efectuamos a conductores de noticieros locales y a dirigentes de movimientos sociales. En el primer caso, el trabajo no se redujo a la simple descripción de contenidos de los informativos, sino que se buscó construir una problematización a partir de los conceptos ordenadores de la investigación. En el segundo caso, el esfuerzo no se encaminó simplemente a registrar y explicitar lo dicho por los entrevistados, sino que intentamos construir explicaciones a partir de lo dicho, apoyados por referentes conceptuales, porque tal como lo plantea Lahire (2006): constreñirse a las representaciones de los entrevistados es someterse al sentido común. De donde resultó que no se trató de hacer comentarios eruditos a partir de afirmaciones no eruditas sino de evidenciar las disposiciones incorporadas y los dispositivos objetivados, que toman forma de *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*), tanto en conductores televisivos como dirigentes de movimientos sociales. En la práctica, el trabajo de entrevistas con los dirigentes y conductores y la interpretación a sus manifestaciones discursivas lo consideramos como un trabajo que se orientó bajo el criterio de doble hermenéutica, de interpretar lo ya interpretado sobre lo público ciudadano.

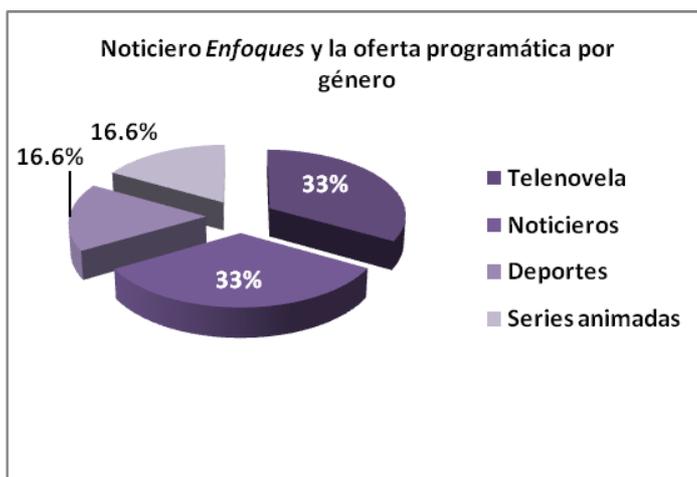
5.1 Resultados de la aproximación empírica a los noticieros televisivos.

Ubicación del noticiero *Enfoques* en el flujo general televisivo. El noticiero *Enfoques* se encontró contextualizado estructuralmente por un conjunto de 30 programas a la semana (100%). Se destacó que la gran mayoría de éstos eran de entretenimiento (83%). Mientras que los de contenido informativo correspondieron a un noticiero de difusión nacional (*Las noticias con Adela*), que representó el 16.6% del total de programas semanales en ese horario.



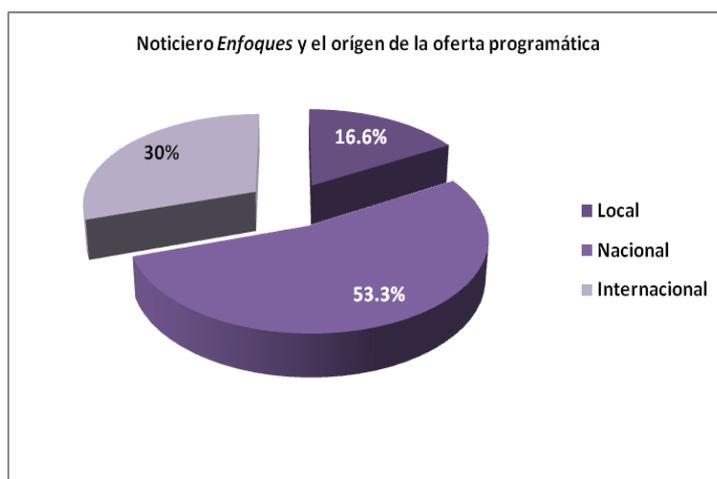
Gráfica 1. Noticiero *Enfoques* y el tipo de programas.

Por su género estos programas de entretenimiento estuvieron comandados primordialmente por telenovelas (33%).



Gráfica 2. Noticiero *Enfoques* y oferta programática por género.

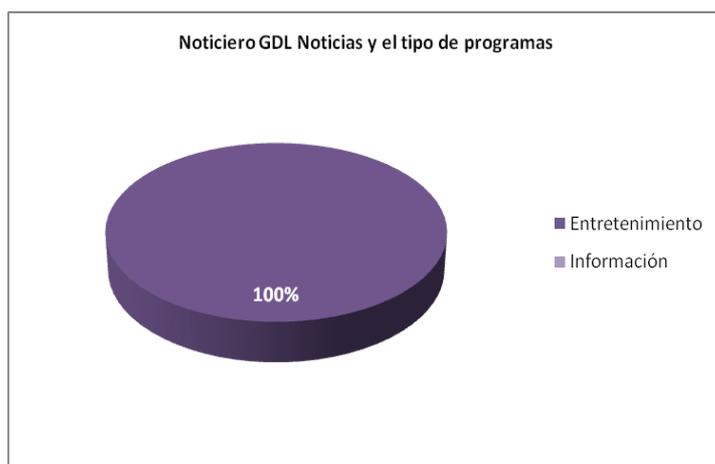
Por el origen de su producción, los programas que acompañaron a *Enfoques* en horario de transmisión fueron sobre todo, de carácter nacional (53.3%), seguido de los programas internacionales (30%) y finalmente de los locales (16.6%).



Gráfica 3. Noticiero *Enfoques* y origen de la oferta programática.

En una visión de conjunto, llama la atención la manera en que el entretenimiento prevaleció sobre la información. El público que tuvo acceso a la señal abierta de televisión en este horario, sólo pudo encontrar como oferta el entretenimiento, predominantemente, a partir de series o películas extranjeras. Aún más, fue relevante que el noticiero local (*Enfoques*) tuvo como competencia televisiva a un noticiero nacional (*Las Noticias con Adela*). En estas circunstancias, lo más evidente fue el monto minoritario de programas que aportaron las televisoras locales (16.6%) para el conjunto del flujo televisivo.

Ubicación del noticiero *GDL Noticias* en el flujo general televisivo. En el caso de *GDL Noticias* se puede destacar la manera en que se colocó estructuralmente en un flujo televisivo donde no se encontraron alternativas de proyección simultánea de programas informativos. Al igual que en el caso anterior, la oferta de entretenimiento acaparó los espacios televisivos en este horario de 21:00 a 22:00 horas.



Gráfica 4. Noticiero *GDL Noticias* y el tipo de programas.

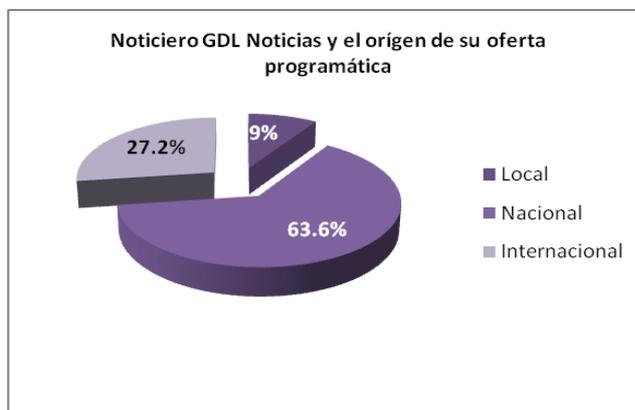
La telenovela siguió dominando (45.4%). Junto con la comedia (36.6%) aportó el 82% del entretenimiento en este horario. Se destaca entonces que las audiencias televisivas tuvieron en la representación dramática la principal oferta de consumo.



Gráfica 5. Noticiero *GDL Noticias* y oferta programática externa por género.

Se observa, asimismo, que los programas locales vieron reducidos sus espacios (9%) en un 7.6% respecto al conjunto de programas que se proyectan en este momento, lo

que hace también la diferencia respecto a lo que ocurre en el horario del noticiero *Enfoques*¹.



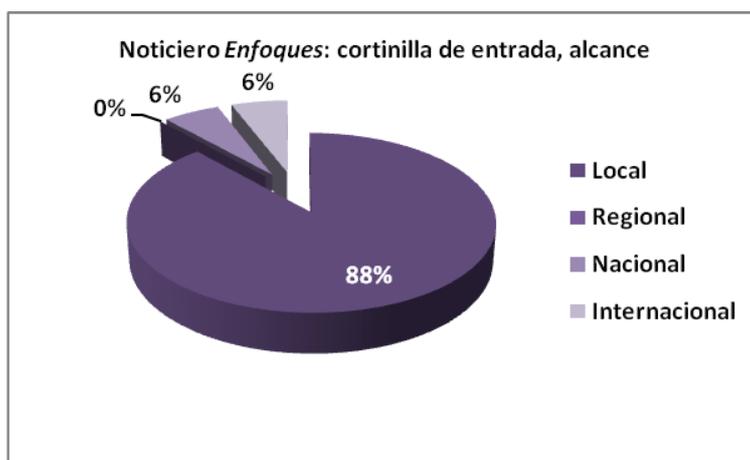
Gráfica 6. Noticiero *GDL Noticias* y el origen de su oferta programática..

Se puede concluir de manera inicial que en estos horarios la posibilidad de que las audiencias accedan a cierta información pasa por conseguirla a través de programas de entretenimiento, sobre todo de tipo nacional e internacional, fundamentalmente por medio de telenovelas. Lo que hace suponer que *lo público/ciudadano*, lo de interés colectivo, podría encontrarse en otros formatos, que no son necesariamente los noticiosos, como una estrategia de construcción informativa utilizada por las empresas televisivas para ganar audiencias y construir *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* que respondan a sus intereses. De esto se desprende el hecho de que *Enfoques* como *GDL Noticias* son noticieros que tienen la gran responsabilidad de construirse como proyectos informativos atractivos para la audiencia, si quieren aparecer como una alternativa a la programación simultánea con la que se enfrentan. De la misma manera, tendrían que preocuparse por formar un público con un *habitus* que incluya el consumo de información noticiosa, como una modalidad de construcción de *lo público*, para de esta manera revertir desde el terreno de las audiencias la desventaja abismal que mantienen respecto a la oferta

¹ *Carácter local de la información.* Es aquel contenido de información que se construye con referencia a hechos que se ubican en el nivel espacial más próximo (Jalisco y sus municipios) y cuya significación de interés se ubica en este mismo ámbito. *Carácter regional de la información.* Es aquel que se alimenta de hechos ocurridos en los Estados aledaños a Jalisco (Colima, Nayarit, Michoacán, Zacatecas, Durango, Aguascalientes) y resulta significativa para los habitantes de estas entidades. *Carácter nacional de la información.* Es aquel que hace referencia a hechos que ocurren en cualquier lugar de la república mexicana, pero que por sus características resulta significativa también para el conjunto de audiencias, sin importar el lugar de recepción donde se encuentren. *Carácter internacional de la información.* Es el que es producto del tratamiento de hechos que ocurrieron fuera de la nación mexicana y que tienen importancia significativa para las audiencias nacionales.

programática no informativa y comercial actual, y las tendencias de consumo que se transparentan en estas condiciones.

Cortinillas de entrada de los noticieros Enfoques y GDL Noticias. La cortinilla de entrada² de los noticieros representa el primer contacto de las audiencias con el *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) y el contenido general que se le ofrecerá en el programa noticioso al que se exponen. De los programas monitoreados, en el caso del noticiero *Enfoques*, se destaca que esta cortinilla se estructuró con 17 notas, y que los contenidos fundamentales dieron cuerpo a un *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) de carácter local (83.3%), mientras que en los contenidos se encontraron equiparadas las notas de adelanto de tipo nacional e internacional (5.5%) en cada caso. También se reconoció la forma en que las notas de entrada regionales se encuentran ausentes (0.0%).

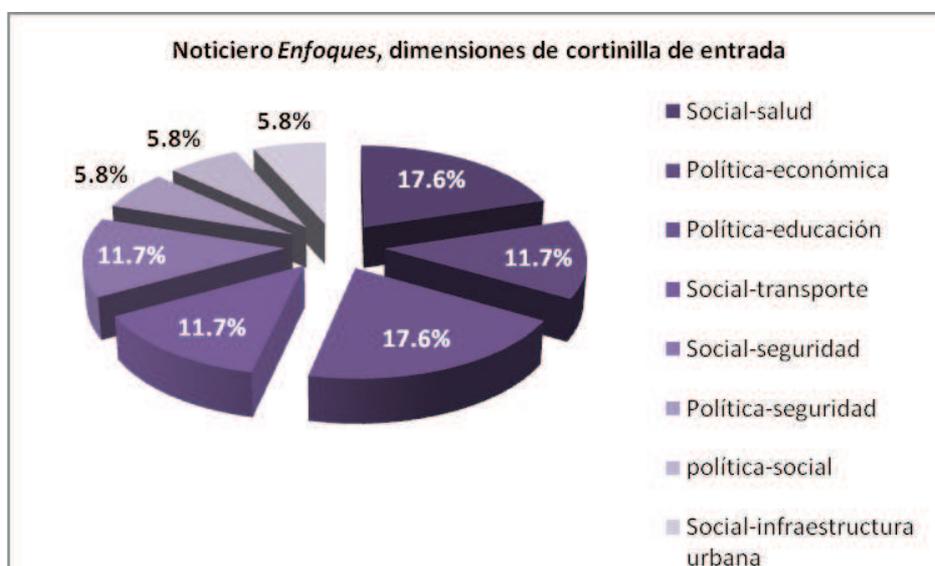


Gráfica 7. Noticiero *Enfoques*: cortinilla de entrada, alcance.

Noticiero *Enfoques*: dimensionalidad de la información en su cortinilla. Por su dimensionalidad, el contenido del adelanto informativo que se presentó en el noticiero *Enfoques* configuró un *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) donde se

² La cortinilla de entrada es el espacio audiovisual constituido por el resumen de notas que se presentarán en el cuerpo mismo del noticiero. Las notas se enuncian de manera breve a manera de titular como una forma de anticipación de los contenidos que se ofrecerán.

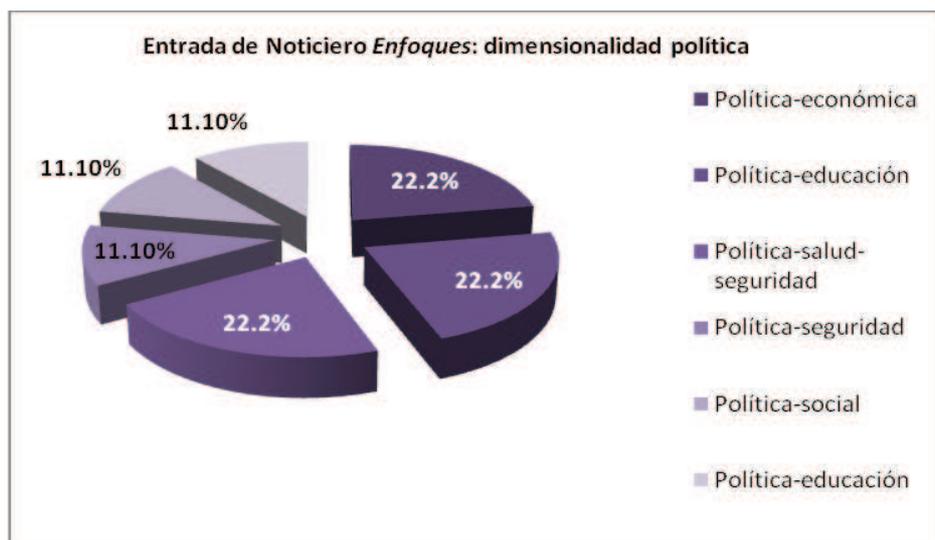
resaltó *lo social* asociado a la salud pública de la población (17.6%), a la política económica (11.7%), a la política educativa (11.7%), a la política-salud-seguridad (11.7%), a lo social-seguridad (11.7%), a la política de transporte público (11.7%), a la seguridad pública (5.8%), a la política-social (5.8%), a la política educación (5.8%) y a la infraestructura urbana (5.8%), que en conjunto adicionaron el 46.8%. En tanto que lo político se expresó en contenidos vinculados a la política económica (11.7%), la política educativa (11.7%), a la política de salud-seguridad sanitaria (11.7%), a la política de seguridad pública (5.8%), a la política social (5.8%) y a la educación (5.8%). En conjunto, lo político representó el 52.5% del total de contenidos dimensionales de la cortinilla de entrada. Esto indica que la oferta inicial de noticias de *Enfoques* enmarcó, sobre todo, dos dimensiones lo político y lo social. Si partimos del supuesto de que las noticias representan información sobre hechos de interés público, estaríamos ante una situación clara, de que este noticiero ofreció durante estos cinco días analizados un *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) donde *lo público/ciudadano* se expresaba como público-político y como público-social.



Gráfica 8. Noticiero *Enfoques*, dimensiones de cortinilla de entrada.

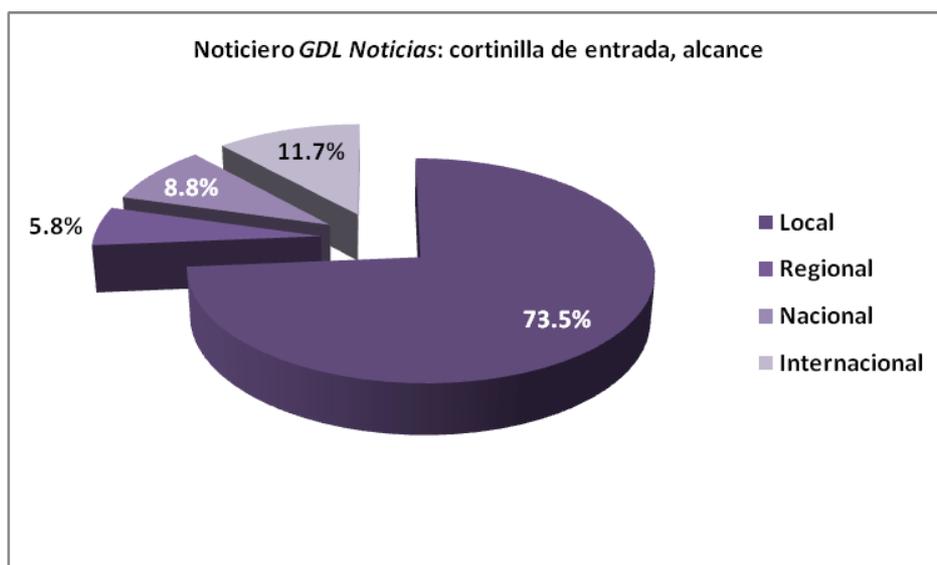
Considerando en particular la dimensionalidad política de la cortinilla de entrada encontramos que lo político se tradujo sobre todo en un *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) de *lo político* relacionado con economía (política económica),

con la educación (política educativa) y con la seguridad en la salud (política de seguridad en salud). En estos tres casos el porcentaje es similar (22.2%). *Lo público/ciudadano* apareció vislumbrado en la cortinilla de entrada de este noticiero de televisión estatal como *lo público-político* en economía, salud y educación.



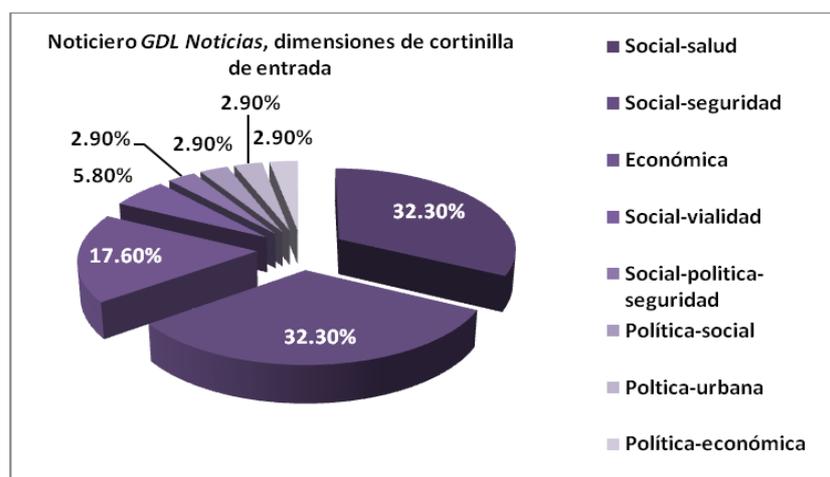
Gráfica 9. Noticiero *Enfoques*: dimensionalidad política.

Noticiero *GDL Noticias*: dimensionalidad de la información en su cortinilla. En el caso de la cortinilla de entrada de *GDL Noticias*, durante estos cinco días analizados, en tanto *enmarcamiento comunicativo (communicative framing)*, ésta se integró por 34 segmentos noticiosos, el doble que los presentados en *Enfoques*. Por su carácter en estos segmentos prevalecieron lo local (73.5%), seguido de lo internacional (11.7%), posteriormente lo nacional (8.85%), para finalmente aparecer lo regional (5.8%). Reconocimos en estas cifras el gran peso que tiene lo local, aunque inferior en 9.8% al peso que esto mantiene en el noticiero *Enfoques*. Otro aspecto que se destaca es que *GDL Noticias* presenta en su cortinilla de entrada segmentos de carácter internacional (11.7%), que dan cuenta de la crisis financiera detonada en EUA, mientras que en el noticiero de la televisora estatal no se dedicó ningún espacio al aspecto internacional. Por otro lado, *GDL* dedicó dos segmentos a cuestiones regionales (5.8%) en tanto que *Enfoques* no dio espacio a este rubro.



Gráfica 10. Noticiero GDL Noticias: cortinilla de entrada, alcance.

En los contenidos dimensionales de su cortinilla de entrada de GDL Noticias privilegió un *enmarcamiento comunicativo (communicative framing)* de lo social asociado a la seguridad (32.3%) y a la salud (32.3%), a la vialidad (5.8%) y a la política-seguridad (2.9%), que en conjunto suman el 73.3% del contenido total de la cortinilla. En tanto que lo económico da cuenta del 17.6% y lo político el 8.7%. Esto significa que el ofrecimiento que se hace a las audiencias es el de un noticiero de contenido social. Además, permite advertir que *lo social* es el eje desde el que se configura el sentido de *lo público* en este programa.



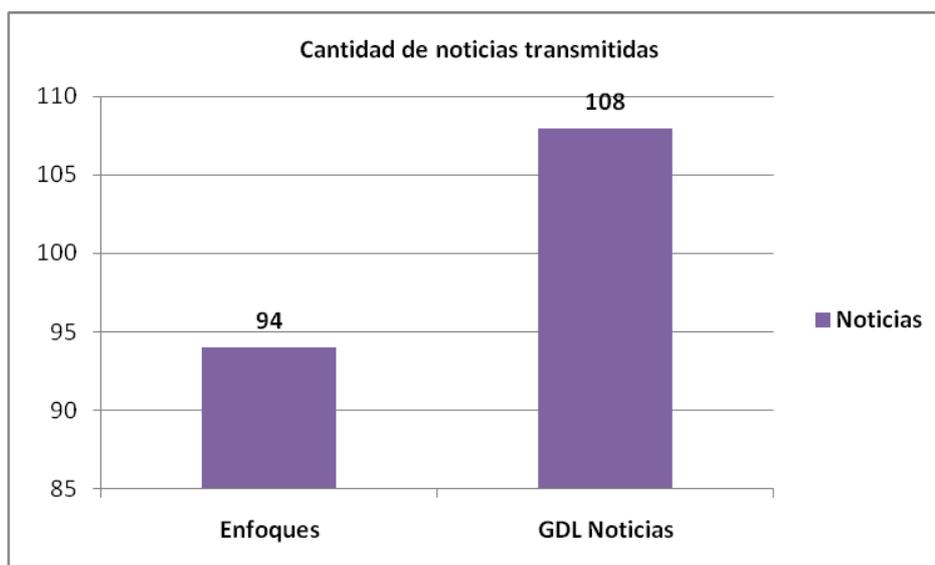
Gráfica 11. Noticiero GDL Noticias, dimensiones de cortinilla de entrada.

Se puede concluir de manera provisional que por sus cortinillas de entrada los dos noticieros se caracterizan por lo siguiente. *Enfoques* es un noticiero donde el *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) privilegia las notas locales de contenido social y político. Lo que implicaría que configurarían el sentido de *lo público/ciudadano* desde estos parámetros: *lo público* asociado a lo social-coyuntural (dengue-Hospital Civil) y a lo político, sin atención oportuna a las coyunturas internacionales, y con poco interés a los asuntos regionales. Mientras que el noticiero de Televisa, *GDL Noticias*, proyecta una propuesta de noticiero local por el carácter privilegiado de sus notas; con atención a las coyunturas puntuales e interesado en darle un contenido social a su información. La configuración de sentido de *lo público/ciudadano* se asociaría con *lo público-social*, sobre todo.



Gráfica 12. Dimensionalidad en la información: comparación.

Noticias *Enfoques* y *GDL Noticias*: cantidad de notas y dimensionalidad. Por la cantidad de noticias que presentaron en cada uno de los noticieros, se destaca que la diferencia es de 14 noticias. Lo significativo es que mientras *Enfoques* es un noticiero de 30 minutos, en él se proyecta una cantidad de noticias cercana a las que se presentan en *GDL Noticias*, que es un informativo de 60 minutos.



Gráfica 13. Cantidad de noticias transmitidas.

Una de las explicaciones radicaría en reconocer que el tiempo de duración de las notas en *Enfoques* es menor a las que se presentan en *GDL Noticias*. Además de la extensión de cada uno de los espacios informativos, la cantidad diferenciada de notas, también tendría que relacionarse con el género periodístico utilizado: la noticia generalmente es más breve en extensión que el reportaje. Aunque el número de noticias que se emiten y el género no determinan su contenido, sí median en su construcción. Lo destacable es que mientras que la configuración de sentido de *lo público/ciudadano*, a través de los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*), se tiene que hacer en *Enfoques* en 150 minutos semanales, a través de 94 notas informativas, con una extensión promedio de la nota de 1 minuto con 2 segundos. Esto mismo lo tiene que hacer *GDL Noticias* en 300 minutos, con 108 notas, que exige que cada una de ellas tenga una duración promedio de 3 minutos 6 segundos. Bajo estas condiciones, *GDL Noticias* está en mejores condiciones de construir notas más completas, incluida la incorporación de varias voces y la publicitación real de diferentes agentes a través del uso de formatos como el reportaje.

Por la dimensionalidad expresada en el contenido de sus notas informativas, encontramos que en *Enfoques* se da prioridad a las notas de contenido político (41.5%), seguida de las notas con dimensión social (33.7%), para concluir con la dimensión económica (16.8%) y la cultural (7.8%). El contenido de lo político se disminuye en un

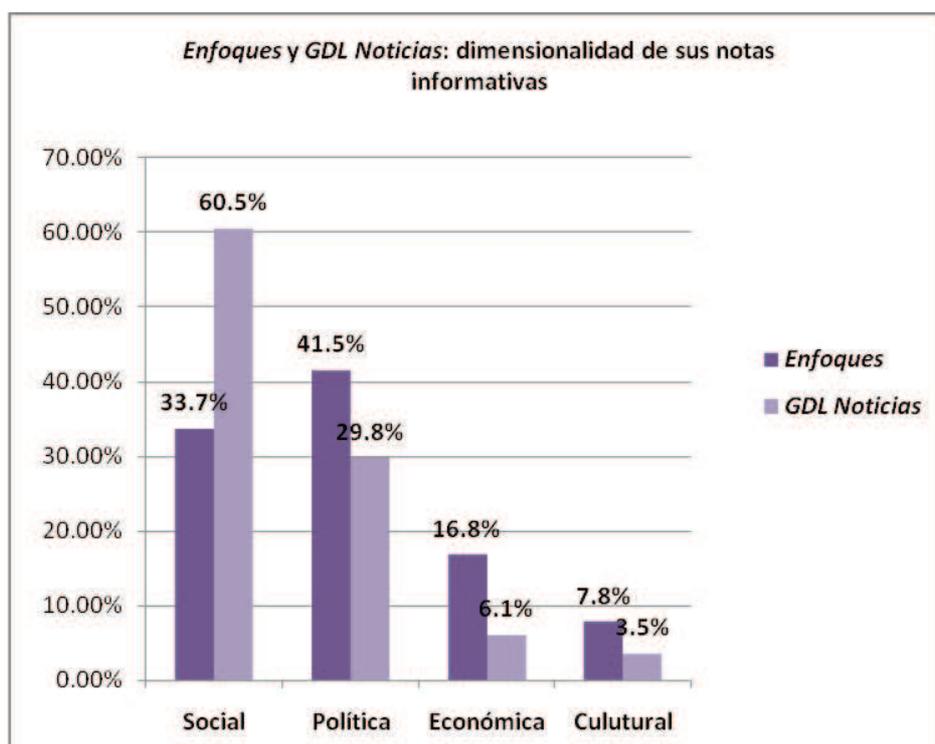
15.5% en relación con lo político expresado en la cortinilla de entrada. Lo mismo ocurre con la dimensión social, que rebaja su peso en un 13.1%. Se entiende que esta disminución de notas dedicadas a estas dimensiones se trasladan a las dimensiones económica y cultural, antes no contempladas.

Categorizando las distintas dimensiones, encontramos que la dimensión política se trabaja en la información sobre todo asociada a la seguridad (15.7%), seguida de la política económica (6.7%), la política de salud (4.4%) y la política social (4.4%). Llama la atención que el tratamiento de lo social también se relaciona privilegiadamente con la seguridad (10.1%), luego con la vialidad (6.7%) y los desastres (5.6%). En la dimensión económica se destaca la atención de lo financiero (6.7%), la comercialización (3.3%) y lo laboral (3.3%). Si se pone atención en las tres dimensiones encontraremos que el noticiero *Enfoques* destaca el problema de la seguridad política/ social en un 25.8% del total de contenidos noticiosos. Si a lo social relacionado con la seguridad le adicionamos lo social relacionado con los desastres (15.7%), encontramos que se construye una representación de lo social como conflictivo. Aún más, si a lo conflictivo social (15.7%) le sumamos lo conflictivo político de seguridad (15.7%) y lo político económico (6.7%), más lo conflictivo económico relacionado con lo financiero, la comercialización y los desastres (14.4%), esto nos da por resultado que la configuración de sentido de *lo público/ciudadano* (55.9%), se incrementa en su modalidad de representar conflictos en diferentes modalidades. Entonces, desde el noticiero *Enfoques* construir el *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) de *lo público/ciudadano* significaría referirlo a la seguridad, los desastres naturales, la crisis financiera y las consecuencias que estos fenómenos generan para la población. Pero esta información es insuficiente si no se considera el tratamiento que se le otorga, y la manera que visibiliza/invisibiliza a actores e instituciones.

Por el contenido de la dimensionalidad de las notas informativas de *GDL Noticias* encontramos que lo social (60.5%) asociado a la seguridad es lo que se destaca (26.3%), seguida de lo social asociado a la salud (10.5%) y lo social vinculado con los desastres (1.7%). Lo político (29.8%), aunque dista mucho en su tratamiento cuantitativo (30.7% menos que lo social), también destaca su relación con la seguridad (8.7%). Comparativamente con las dimensionalidades sus cortinillas de entrada, encontramos que los contenidos sociales disminuyen en el cuerpo de los noticieros en un 28.2%; lo político

aumenta en un 21.1%; lo económico aumenta en 11.5%; y lo cultural, que estaba ausente en las cortinillas de entrada, se coloca en un 3.5% en el cuerpo del noticiero.

De esta manera se destaca que *GDL Noticias*, por la dimensionalidad de sus contenidos aparece sobre todo como un informativo que publicita los problemas de seguridad social y política. El proceso de *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) de *lo público/ciudadano* significaría *lo público-social-político* en seguridad.



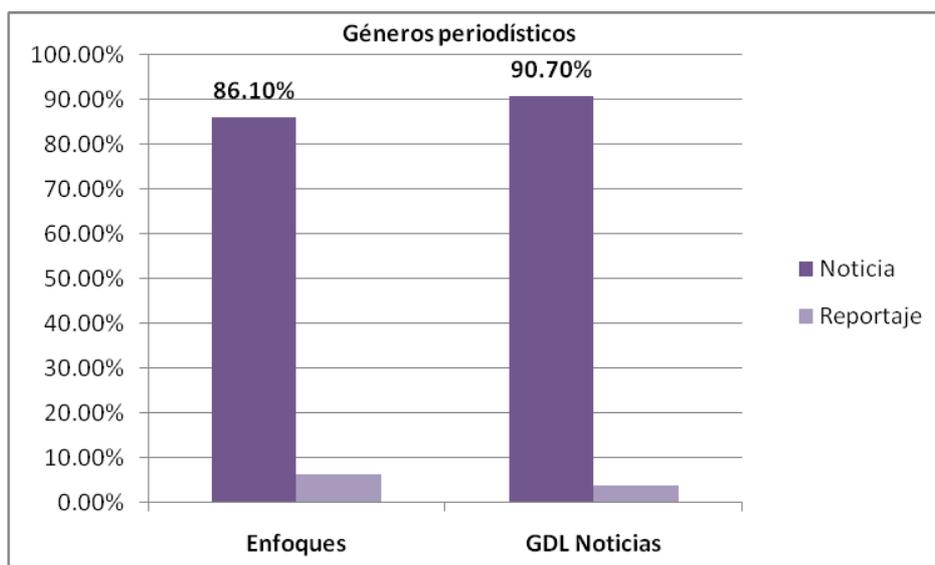
Gráfica 14. *Enfoques y GDL Noticias: dimensionalidad de sus notas informativas*

Noticias *Enfoques* y *GDL Noticias*: géneros periodísticos. Por los géneros informativos utilizados en ambos noticieros encontramos que existe similitud en los dos programas. En ambos casos se privilegia la noticia como forma prioritaria para informar, en *GDL Noticias* más que en *Enfoques* (90.7% y 86.1% respectivamente). El sentido de la presencia mayoritaria de la noticia se relacionaría con contenidos de alta referencialidad en la información que se presenta, esto es, más próximos a los hechos que mencionan.

Hipotéticamente la configuración de *lo público/ciudadano* en el sentido de garantizar el derecho a la información más “objetiva”, estaría asegurada de antemano por el

tipo de género periodístico privilegiado. En segundo lugar se destaca que los dos noticieros utilizan el reportaje como segundo género en importancia. Éste implica una labor más acabada de investigación y presentación de diversas opiniones sobre una misma problemática. Pero también presupone una mayor intervención de la voz del periodista en el *enmarcamiento comunicativo (communicative framing)* para la construcción del sentido final que adquiere la información que se presenta. En este sentido la baja cantidad de reportajes que se presentan, 6.3% en *Enfoques* y 3.7% en el caso de *GDL Noticias*, permiten hacer dos inferencias inmediatas: que en los dos noticieros se dedica poco espacio a este género, lo que no permite profundizar el sentido de la información, presentando más elementos para su reflexión y comprensión (por políticas propias institucionales, políticas en la producción o por limitación de recursos); y por el otro lado, que posibilitan una difusión de información sin tanto peso de la voz del reportero o del jefe de noticias. La relación que esto mantiene en la construcción de un *enmarcamiento comunicativo (communicative framing)* de sentido sobre *lo público/ciudadano*, sería que éste se vería beneficiado en “objetividad” por el uso privilegiado de la noticia; y favorecería una construcción plural de la información que se proyecta.

Se destaca también cómo, aparte de la noticia y el reportaje, cada uno de los noticieros utiliza otros géneros muy variados para informar: *Enfoques*, la invitación (3.1%), la opinión (2.1%) y el reporte (2.1%); en tanto que *GDL Noticias* hace uso del promocional (3.7%), la cápsula (1.8) y el notidrama (1.8). Con esto se da cuenta de que en *Enfoques*, con la invitación se conmina y persuade, y con el reporte se mantiene informada a las audiencias; en tanto que en *GDL Noticias* se trabaja con promocional gubernamental, persuasivo, cápsula informativa y notidrama (*sketch*) para el tratamiento político de hechos con fines persuasivos y de entretenimiento.



Gráfica 15. Géneros periodísticos.

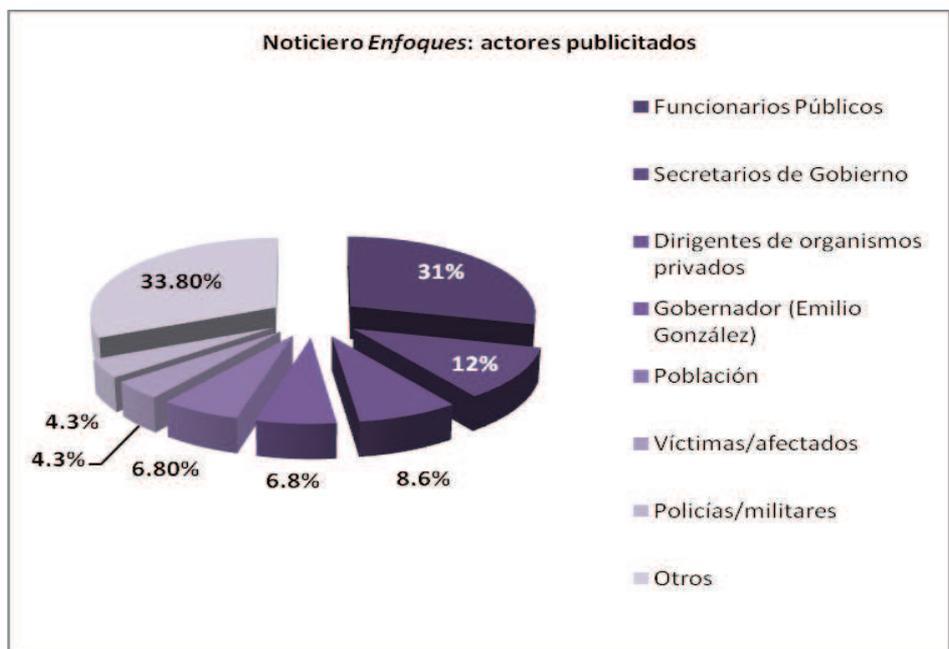
Actores publicitados en los noticieros Enfoques y GDL Noticias. Es fundamental identificar a los actores de las notas informativas como aquellos individuos a los que se hace referencia de manera verbalizada o en imágenes. Los sujetos se pueden presentar como actores sociales (sin proyecto) o como agentes (con capacidad agencial transformadora). En tanto actores pueden fungir como destinadores o destinatarios de acciones; y se les puede proyectar como opositores o apoyadores de la problemática de que se trate; además se les nomina y se les publicita una cantidad de veces determinada a lo largo de un noticiero o en el conjunto de estos³.

En las tablas correspondientes a cada uno de los noticieros enlistamos categorías que agruparon a los sujetos mencionados en éstos. Por ejemplo, en la categoría de funcionarios colocamos a todos aquellos agentes asociados al rol de ejercicio de una función pública; en Secretarios de gobierno incluimos a los responsables de Secretarías, en tanto funcionarios públicos con una posición de poder muy precisa en el campo político gubernamental; en dirigentes privados ubicamos a los líderes de organismos empresariales o de instituciones privadas; en la población incluimos a aquellas personas involucrados en

³ Cuando a un individuo o grupo dominante se le da el nombre que él se otorga es reconocerlo, aceptarlo como dominante, aceptar el punto de vista de él como el propio. También se le puede nominar con el nombre que le otorgan los otros, sus enemigos, o bien, nominarse con el nombre oficial, el conferido por una institución oficial considerada como legítima. Bajo estas condiciones, lo que les queda a los dominados es una autoridad práctica que proviene de su posibilidad de nombramiento de la realidad, en una forma creativa (Bourdieu, 2000: 128; 2008: 42).

algún hecho de significación social, pero que no asumen forma organizada en su participación; en víctimas/afectados colocamos a aquellos sujetos que se presentan como dañados por alguna situación social, ambiental, política o económica; en profesionistas incluimos a aquellos sujetos que representan un nivel educativo de estudios y se desempeñan en algún campo profesional (médicos, abogados, etc.); y los cadáveres, como aquellos sujetos fallecidos, víctimas de alguna situación de inseguridad social.

Se destaca que en el noticiero *Enfoques* en el *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) los sujetos más mostrados fueron los funcionarios (31%), los secretarios de gobierno (12%), los dirigentes de organismos privados (8.6%) y sectores de la población (6.8%). En conjunto, sujetos publicitados, asociados a la esfera de gobierno sumaron 57.4%. Lo cual significa que *Enfoques* asocia la visibilización de sujetos con el ámbito político-gubernamental. A los sectores sociales se les mostró en su faceta de población (6.8%) o en situación de vulnerabilidad extrema o de muerte (7.7%). Esto significa presentarlos en una situación de subordinación y valoración negativa, o bien como beneficiarios de una política pública. Bajo estas condiciones el *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) de *lo público/ciudadano* se configura en este noticiero *Enfoques* de televisión estatal como *lo público* asociado eminentemente a lo político/gubernamental.



Gráfica 16. Noticiero Enfoques: actores publicitados

En el noticiero de *GDL Noticias* en la publicitación de los sujetos se privilegia aquella relacionada también con los funcionarios públicos (24.7%), aunque en menor proporción (6.3%) que lo que se hace en *Enfoques*. A estos sigue el mostrar a las víctimas/afectados (15.3%), la población (8.2%), los delincuentes (7.6%), los cadáveres (7.1%), los policías/militares (6.5%) y los profesionistas (6.5%). A diferencia de *Enfoques*, los secretarios de gobierno ocupan un lugar menos significativo (8.2% menos), lo mismo ocurre con el gobernador del Estado (4.1% menos). Los dirigentes privados tienen menos publicitación en este noticiero que en el del canal estatal (6.5% menos). También llama la atención que en *Enfoques* se trató a la Virgen de Zapopan como si fuera un sujeto (2.5%), aún cuando se trata de un canal público-estatal, además de que se muestran también a los feligreses católicos (0.8%).

Del conjunto de estas cifras se desprende que la configuración en el *enmarcamiento comunicativo (communicative framing)* de *lo público/ciudadano* en este informativo pasa mayormente por los funcionarios, lo que implica que *lo público* sea *lo público/gubernamental*, aunque en una proporción menor (40%) que la de el noticiero estatal *Enfoques* (43%).

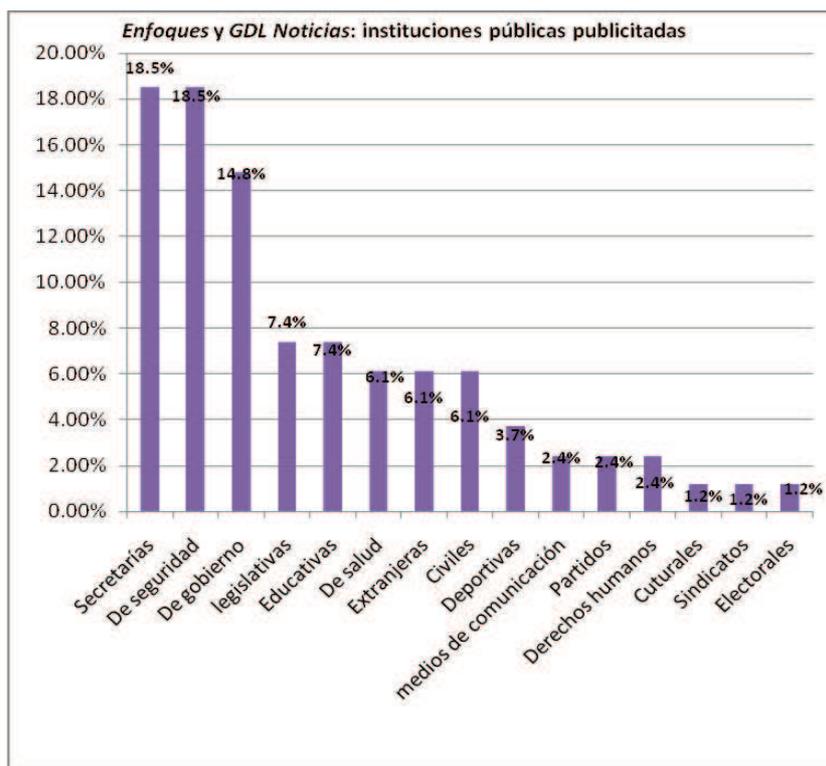


Gráfica 17. Noticiero *GDL Noticias*: actores publicitados

Instituciones publicitadas en *Enfoques* y *GDL Noticias*. Las instituciones en las que son colocados los sujetos como escenario de su publicitación son mencionadas en 194

ocasiones en los dos noticieros. Del total de éstas, 107 son las que podrían tipificarse, las restantes son repetidas a lo largo de los informativos. Considerando 107 como el total de instituciones (100%), las de tipo privado (vinculadas a actividades económicas) ocuparon el 24.2% de este total, en tanto que las instituciones públicas (vinculadas a los asuntos de gobierno) acumularon el 75.7%.

Se destaca que las instituciones públicas que se publicitaron fueron: diferentes secretarías del gobierno (18.5%), la de seguridad pública (18.5%), seguida por la Secretaría de Gobierno (14.8%). En conjunto, estos tres tipos de instituciones sumaron poco más de la mitad de todas las instituciones mencionadas (51.8%). De esto se puede inferir que la configuración del *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) de *lo público/ciudadano* en ambos canales se hace de nueva cuenta desde las instituciones de gobierno. Así, *lo público* es enmarcado como lo *institucional-político-gubernamental*.

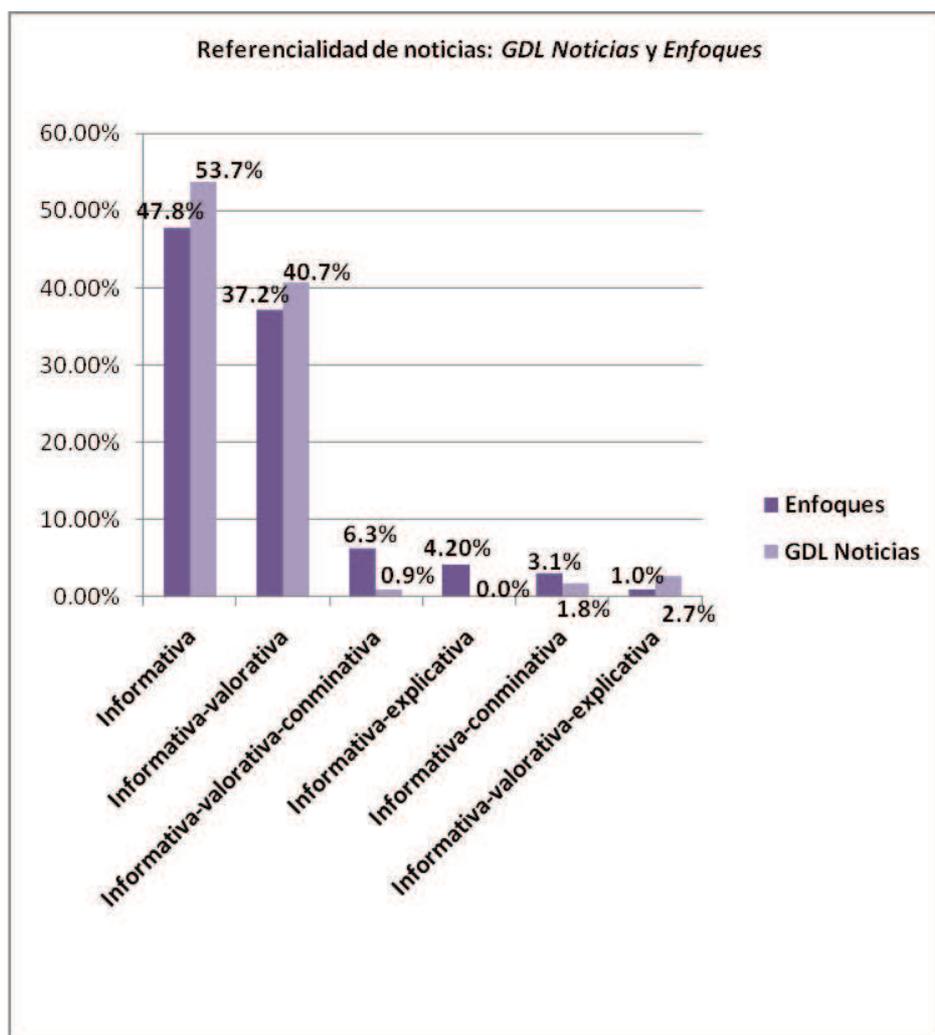


Gráfica 18. Enfoques y GDL Noticias: instituciones públicas publicitadas

Referencialidad de la información en Enfoques y GDL Noticias. En los dos noticieros se privilegia la referencialidad informativa, en *Enfoques* en 47.8% de los casos, en tanto que

en GDL Noticias, se hace en 53.7%. Lo cual indicaría que el noticiero de Televisa Guadalajara tiende más hacia la “objetividad” en la información que proporciona. En un segundo nivel, ambos noticieros utilizan la información acompañada de valoración: *Enfoques* en un 37.2% de los casos y GDL Noticias en un 40.7% de situaciones. En el caso de *Enfoques* se intenta explicar la información que se presenta en un 4.2% de los casos, mientras que en *GDL Noticias* esto no ocurre en ningún momento.

El resto de referencialidades que utilizan ambos noticieros (conminativas, valorativa) representan formas de subjetivación desde los redactores o presentadores de la información. En general, se nota una tensión en el manejo de la información: la mitad de los contenidos de ambos noticieros cumplen la función de informar, mientras que la otra mitad se dedica a valorar, enjuiciar, dar puntos de vista sobre lo que se da a conocer. Bajo estas condiciones, el *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) de *lo público/ciudadano* se complejiza, porque casi en la mitad de la información que se presenta hay valoración por parte de los responsables de proporcionarla. Lo que no implica que no se pueda analizar.



Gráfica 19. Referencialidad de noticias: *GDL Noticias* y *Enfoques*.

5.2 Noticieros *Enfoques* y *GDL Noticias*: interpretación analítica de los resultados.

Una vez realizada esta aproximación empírica a los noticieros televisivos motivo de estudio, es que se pueden expresar algunas consideraciones como las siguientes.

Los noticieros *Enfoques* y *GDL Noticias* son espacios cotidianos de información que contribuyen a la configuración de *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) de *lo público/ciudadano* a partir de las noticias que presentan; el carácter que les asignan a cada una de éstas; el orden secuencial en que lo hacen; la importancia de que les dotan por su número y presencia; los sujetos y las instituciones que publicitan; los

contenidos dimensionales con que se les construyen; y el tratamiento referencial que les otorgan.

Estos noticieros se colocan en un contexto de oferta programática televisiva donde predominan los formatos dirigidos al entretenimiento, y donde el peso de la propuesta de programas locales es limitado. Los dos noticieros comparten su práctica de privilegiar la difusión de noticias locales, por encima de la difusión de hechos ocurridos en la región, el país o el mundo, buscando con esto generar interés en las audiencias televisivas a partir de información que les es próxima.

Los referentes de construcción de estas noticias son acontecimientos coyunturales significativamente noticiables, ocurridos regularmente en los ámbitos sociales, políticos, y en menor medida en lo económico y en lo cultural. El tratamiento que se le otorga a las noticias combina la información con la valoración. La subjetividad incorporada resulta de la toma de postura abierta del presentador de la nota o del propio manejo noticioso que se hace de los textos, las imágenes y las secuencias. La construcción que se hace de las notas informativas destaca el peso que se le otorga a los problemas de seguridad en sus diferentes manifestaciones, pero sobre todo la referida a la seguridad de la población en lo social.

En ambos noticieros los *enmarcamiento comunicativo (communicative framing)* sobre *lo público* aparece como *lo público-político* y *lo político* como *gubernamental*, aunque en un caso se ponga acento en el gobierno y en otro en el poder ejecutivo estatal (gobernador). Bajo esta lógica, se presenta una correspondencia en la publicitación que se hace de los sujetos en los dos noticieros. En ambas circunstancias, los sujetos portadores de los asuntos públicos son los funcionarios de gobierno. En tanto que las instituciones por donde pasan los asuntos públicos son fundamentalmente aquellas de carácter *público-político-gubernamental*. En contraparte, los sujetos sociales de la población se proyectan presentándolos con pasivización, victimización, demonización o vulnerabilidad social, y como sujetos de beneficencia⁴. En ningún momento se visibilizan a los sujetos sociales como ciudadanos, en tanto sujetos con derechos y obligaciones e interesados en los asuntos colectivos de su entorno sociocultural y los aspectos políticos de gobierno.

⁴ A este respecto señala Bourdieu (1997: 71) que: “Los diferentes protagonistas de un campo elaboran con frecuencia polémicas representaciones ideales de los demás agentes con los que compiten”. Estas representaciones implican tomas de posición y estrategias para transformar la posición propia y la de los otros agentes.

5.3 Aproximación empírica a los *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* de los conductores de noticias.

De la información proporcionada por los conductores a través de las entrevistas que realizamos, construimos categorizaciones a diferentes niveles. En la primera, clasificamos los **problemas** presentes en la sociedad tapatía, reconocidos por los conductores televisivos de noticieros; el **actor** o actores que a decir de los entrevistados cumplen el papel de antagonistas en dicho problema; los **símbolos** con los que se asocia la alternativa a los problemas señalados; los **contra/símbolos** como manifestaciones de oposición a los símbolos; y las **dicotomías** en que fueron colocada de manera explícita las problemáticas identificadas. En la segunda categorización se identificamos las **auto/atribuciones** que de sí mismos y de los medios de comunicación -o en particular de los noticieros- construyeron los conductores entrevistados; las **pautas de acción** de los noticieros, y las alternativas que como espacio informativo ofrecen a la sociedad tapatía. En la tercera categorización se presentan los *marcos (frames)* que los conductores televisivos hicieron de **lo público y lo privado**. Mientras que en la última categorización presentamos los *marcos (frames)* en los que los conductores colocaron al **ciudadano**, sobre la base de la cual identificamos el tipo de dimensión en la que colocan su caracterización, el eje en el que se sostiene y el enfoque desde el que se coloca dicha definición, sin que esto implique una actitud deliberada de los conductores entrevistados.

5.3.1 Conductores noticiosos: *enmarcamiento (framing)* de *problemas, actores, símbolos, contra/símbolos y dicotomías*.

Uno de los primeros aspectos de *enmarcamiento (framing)* fue el relacionado con los problemas que enfrenta la sociedad tapatía. Los conductores destacaron problemas estructurales asociados al crecimiento desordenado de la Zona Metropolitana de Guadalajara, la carencia de infraestructura urbana, las dificultades de vialidad y la manifestación de la desigualdad económica, social y de acceso a la salud, lo que a decir de ellos, se traduce en polarización social y económica. Reconocieron también como problema los contextos de violencia e inseguridad en que se desarrolla la vida de la población. De la

misma forma destacaron los aspectos educativos y de valores identificados como problemáticos; las dificultades políticas vinculados a la corrupción y la falta de credibilidad de los funcionarios y su distanciamiento respecto a la población y sus necesidades; coronados por lo que se denominó costumbrismo, apatía y desinterés de la mayoría de la población. Por otro lado, un poco más de la mitad de los conductores reconoció al antagonista relacionándolo con los problemas identificados. Destaca el *enmarcamiento (framing)* que se hace del gobierno y sus funcionarios como antagonistas y la diversidad de propuestas en el terreno de los símbolos, contra/símbolos y dicotomías. De donde llama la atención que el mayor acuerdo entre los conductores se da a nivel de comprensión de los hechos sociales como problema y en la identificación del antagonista.

| Conductor | Problema | Antagonista | Símbolos | Contra/símbolos | Dicotomías |
|----------------------------------|---|--|---|---------------------------------|--|
| TV Azteca. David M. | La falta de educación. | | | Violencia. | Autocensura/libertad de expresión. |
| TV Azteca. Carlos G. | Apatía. | Gobierno. | Libro. | Tecnología. | Tecnología/libro. |
| Televisa. Miguel Ángel C. | Existencia de políticos mentirosos y ladrones. | Políticos. ladrones Personas pasivas. | Personas interesadas en luchas comunitarias. Políticos honestos. Identidad. | | Políticos ladrones/políticos honestos. Periodistas/gobernantes. |
| Televisa. Rebeca R. | La falta de interés de la sociedad, indiferencia y deshumanización. | | Una mejor ciudad. | | Autocensura/libertad de expresión. |
| Televisa. Rocío L. | Falta de credibilidad en las autoridades. | Funcionarios, autoridades. | Sociedad activa. Valores. | | Sociedad/funcionarios. |
| Televisa. Juan Fabián R. | Violencia, inseguridad pública, urbanización descontrolada, la falta de educación, la polaridad de situaciones. | | | | Pobreza/riqueza. |
| Televisa. Paola V. | Un mundo con amarillismo. | | | | |
| Televisa. Ernesto V. | Falta de unidad de familia, valores, la educación, malos maestros. | Malos maestros. | | Mala educación Funcionarios. | Educación/ignorancia Periodista/funcionario. |
| TV Azteca. Ricardo G. | Inseguridad, distanciamiento | Gobernantes. | | | |

| | | | | | |
|-----------------------------|--|---------------------------|--|---|--------------------------|
| | entre gobernantes y ciudadanos. | | | | |
| Televisa. Marilyn S. | Salud, infraestructura, vialidad, económicos, sociales. | | | Señora que probablemente asesinó a sus dos hijos. | |
| C7. Javier V. | Desigualdad social, falta de dialogo, falta de acuerdos, polarización, costumbrismo. | Movimientos beligerantes. | | Conservadurismo. | Beligerancia/tolerancia. |

Tabla 6. Conductores televisivos: enmarcamiento (*framing*) de problema, antagonista, símbolos, contra/símbolos y dicotomías.

5.3.2 Enmarcamiento comunicativo (*communicative framing*) de auto/atribuciones, pautas de acción y alternativas por parte de los conductores de noticieros televisivos.

En lo dicho por los conductores, destacó que la primera auto/atribución que como *enmarcamiento (communicative framing)* hicieron hacia sus noticieros televisivos fue que son espacios informativos dirigidos a la sociedad. Otra auto/atribución fue reconocerse como espacios de poder con relevancia e influencia social. Después vinieron adjetivaciones positivas hacia los noticieros en que participan. Para ellos, éstos son “creíbles”, “autónomos”, “honestos”, “respetuosos”, “equitativos”, “profesionales”, “sensibles” e “imparciales”. Y a sus acciones las calificaron como de “entrega”, “compromiso social”, “apertura” y de lucha por la “libertad de expresión”. Indicaron, además, que su pauta de acción es sobre todo informar y de servir de intermediario entre las autoridades y los ciudadanos. Respecto a las alternativas a seguir ante la problemática enmarcada, acotada en su concepción, la mayoría no presenta ninguna propuesta, y en las que se mencionan no se nota acuerdo de algún tipo.

| Conductor | Auto/atribución | Pautas de acción de los noticieros | Alternativas |
|-----------------------------|--|------------------------------------|-------------------------|
| TV Azteca. David M. | Medio para informar. Defender la verdad con hechos y argumentos. Credibilidad | Informar de los sucesos | |
| TV Azteca. Carlos G. | Competencia, mal pagado, mucha grilla, celos, envidias, dificultades. Se cuenta con argumentos. Honestidad, respeto, entrega, profesionalismo. | | Tener interés por ganar |
| Televisa. | Autonomía para informar. | Informar | |

| | | | |
|---------------------------------|--|--|---|
| Miguel Ángel C. | Ser observadores. | | |
| Televisa. Rebeca R. | Contribuir en la formación de una sociedad más informada. Compromiso social, sensibilidad. | Llegar a todos los segmentos de la sociedad. Informar y hacer que la sociedad se forme su propio criterio y participe. Señalar los errores de los funcionarios. | |
| Televisa. Rocío L. | Tener poder de destruir o alabar. Apertura | | |
| Televisa. Juan Fabián R. | Saber qué, cuándo y cuánto decir. Dar en la información su lugar a todos. Divertir, educar e informar. | Mantener informada a la población. Formar públicos más cultos, educados y con más criterios. | Evitar que la violencia y la inseguridad se normalicen. |
| Televisa. Paola V. | Postura como empresa | | |
| Televisa. Ernesto V. | Relevancia, influencia. Transmisión de imágenes. Luchar por acabar con la censura. Imparcialidad | Dotar de información. Ofreciendo opciones para vivir mejor. | |
| TV Azteca. Ricardo G. | Presentar las imágenes | Ser intermediarios entre autoridades y ciudadanos. Educando | |
| Televisa. Marilyn S. | Libertad de expresión | Exposición Prevenir, informar Formar opinión | Toma de conciencia e intervención de las autoridades |
| C7. Javier V. | No manejo de sensacionalismo | Presentación de productos equilibrados. Ser punto de contacto entre autoridades y ciudadanos. Dar notas aunque no sean espectaculares. | Dotar de herramientas para la toma de decisiones |

Tabla 7. Conductores televisivos: *enmarcamientos* (*framing*) de la auto/atribución, pautas de acción y alternativas.

5.3.3 *Enmarcamientos comunicativos (communicative framing) de lo público y lo privado por parte de los conductores televisivos.*

Los conductores de los noticieros televisivos expresaron su punto de vista sobre *lo público*, señalándolo como aquellos asuntos que interesan y afectan a la sociedad (“es lo que va a definir la misma sociedad” Juan F., Televisa); que son trascendentes e interesantes; lo que se define a través de las necesidades sociales y comunitarias (“enfocado a la sociedad y a la comunidad involucrada en todos los aspectos”, Rocío L., Televisa); lo que tiene que ver con información que orienta (“en un noticiero sólo debe salir lo que es informativo”, Marilyn S., Televisa); lo relacionado con eventos masivos (“un concierto masivo, por ejemplo, ante más de 18,000 espectadores se presentó Alejandro Fernández,

ese es un tema totalmente público”, Paola V., Televisa); lo que se vincula con obras públicas y propuestas del gobierno (“la construcción de obras públicas, las propuestas que hagan los gobiernos”, Carlos G., TV Azteca).

Los conductores televisivos señalaron que *lo privado* son los asuntos de la vida privada, familiar (“afectan solamente a la familia y que deben quedarse ahí, en el seno familiar”, Ernesto V., Televisa), personal (“la vida personal de tal o cual funcionario público no debe ser de interés noticioso, salvo que su comportamiento personal afecte directamente su función como servidor público”, Carlos G. TV Azteca), mientras el propio sujeto no lo haga público o favorezca condiciones para que se publicite. Para ellos, también *lo privado* es lo personal que provoca morbo, gana audiencias y genera *rating* (“lamentablemente hoy por hoy, es lo que vende”, Paola V.; “a la gente le llama el morbo, y el morbo, te produce *rating*”, Ricardo G., TV Azteca).

En el siguiente gráfico presentamos de manera esquemática estos *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* que sobre *lo público* y *lo privado* realizaron los conductores televisivos de Televisa, TV Azteca y C7.

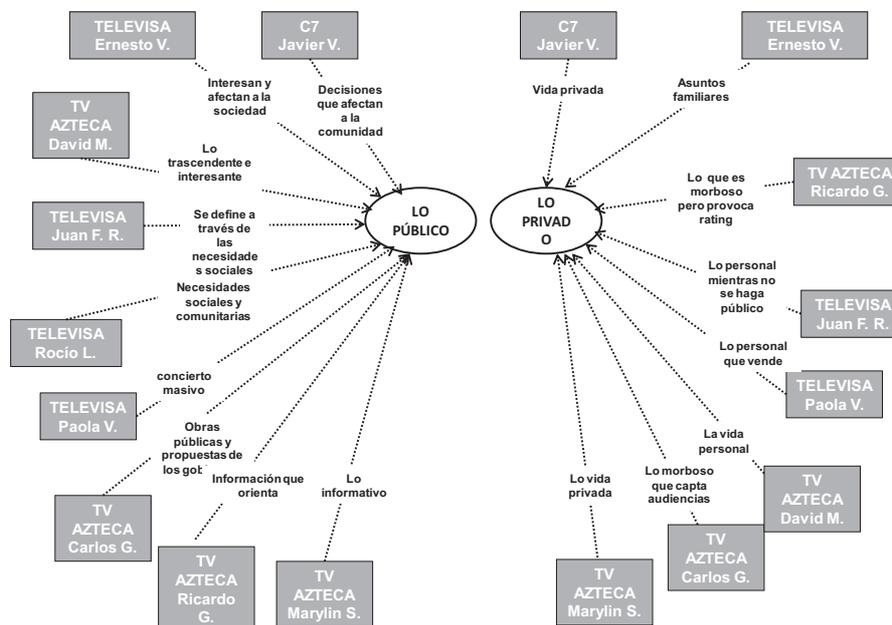


Figura 7. Enmarcamientos comunicativos (*communicative framing*) de *lo público* y *lo privado* en conductores televisivos.

Desde estos *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)*, lo público para los conductores de noticieros televisivos son los aspectos de interés y trascendencia social que, en la medida que afectan a la comunidad, y se reconocen como necesidades, pueden tratarse informativamente. En contraparte, lo privado los mismos conductores lo enmarcan como los aspectos de la vida personal de los individuos, que puede ser tratado en los medios, si existen condiciones para ello, en la medida que favorece la captación de audiencias y aumento de *rating*.

5.3.4 Enmarcamientos comunicativos (communicative framing) del ciudadano por los conductores de noticieros televisivos.

La recuperación de la construcción del *ciudadano* que mantuvieron en su discurso los conductores noticiosos televisivos entrevistados se hizo mediante el uso de categorías como: características, dimensiones (civil, social, política y cultural), ejes (jurídico-político, institucional y socio-antropológico), y enfoques (liberal, republicano, comunitario).

Los conductores reconocieron que las características de un ciudadano serían en primer lugar ser un sujeto informado, educado, responsable y participativo; en segundo lugar lo reconocieron como un sujeto crítico y con capacidad de decidir, exigente de sus derechos, y creyente y respetuoso de la legalidad.

La dimensión civil fue la que más se hizo presente en los *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* que sobre la *ciudadanía* realizaron los conductores. En ocasiones esta dimensión civil se asignó de forma exclusiva, y en otros casos estuvo acompañada de las restantes dimensiones. Este acento en la dimensión civil se traduce en resaltar el aspecto de los derechos y las responsabilidades de los individuos.

Por otro lado, el eje que más destacó en este *enmarcamiento (framing)* del *ciudadano* fue el jurídico/político, seguido por el socio/antropológico y finalmente el institucional. Lo que significó que en el proceso de enmarcamiento de los conductores se resaltó, sobre todo, el estatus legal alcanzado por la persona en su comunidad política y en segundo lugar su participación en los asuntos colectivos a partir de significaciones compartidas. Al nivel de los enfoques contenidos en las definiciones que los conductores hicieron sobre el ser ciudadano encontramos en primer lugar el enfoque republicano y

luego el enfoque liberal. Esto representa destacar las virtudes cívicas de participación de las personas en los asuntos de interés colectivo y, en segundo momento, reconocer a las personas como sujetos de derechos y obligaciones en su comunidad y respecto a las instituciones de gobierno.

| Conductor(a) | Características del ciudadano | Dimensión | Eje | Enfoque |
|-------------------------------------|--|---|--|------------------------------|
| Televisa. Rebeca R. | Es una persona que está bien informada. | Dimensión civil. | Jurídico-político. | Liberal |
| Televisa. Rocío L. | El que lucha por un bienestar social, por su comunidad, que cree en su ciudad, en su patria. Y que denuncia lo que considera incorrecto. | Dimensión civil. Dimensión política. Dimensión social. Dimensión cultural. | Socio/antropológico. Institucional. | Republicano. Comunitario. |
| Televisa. Juan Fabián R. | Critica y argumenta. | Dimensión política. | Institucional. | Republicano. |
| Televisa. Ernesto V. | Individuo educado, estudiado, informado, participativo, informado; cumple con sus responsabilidades y trata de vivir bien en sociedad. | Dimensión cultural, Dimensión política. Dimensión civil. Dimensión social. | Jurídico/político. Socio/antropológico. | Liberal. Republicano. |
| TV Azteca. Ricardo G. | Tiene educación además de cultura, en todos los aspectos. Es respetuoso. | Dimensión cultural. | Socio-antropológico. | Liberal. Republicano. |
| Televisa. Ernesto V. | Individuo educado, estudiado, informado, participativo, informado; cumple con sus responsabilidades y trata de vivir bien en sociedad. | Dimensión cultural. Dimensión política. Dimensión civil. Dimensión social. | Jurídico/político. Socio/antropológico. | Liberal. Republicano. |
| Televisa. Marilyn S. | Es una persona que respeta la legalidad y que tiene la capacidad de decidir lo que quiere ver. | Dimensión civil. | Jurídico-político. Institucional. | Liberal. Republicano. |
| C7. Javier V. | Asume y comparte sus responsabilidades. Ejerce, exige y vive sus derechos. | Dimensión civil. | Jurídico/político. | Liberal. Republicano. |

Tabla 8. Conductores televisivos: *enmarcamientos (framing)* del ciudadano.

5.3.5 El sentido de *lo público/ciudadano* en los conductores de noticieros televisivos.

En estas condiciones, *lo público/ciudadano* sería el ámbito de los asuntos sociales de interés general, donde se desarrolla la participación de individuos cultos, educados y respetuosos, estudiados, informados, participativos, que exigen, ejercen y viven sus

derechos, procurando convivir en sociedad, respetar la legalidad y cumplir con sus responsabilidades. Además de denunciar, criticar y argumentar ante lo que se considera incorrecto; y luchar por el bienestar social para la comunidad.

5.4 Aproximación empírica a los *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* de dirigentes de movimientos sociales.

El acercamiento práctico a los procesos de *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* que sobre *lo público/ciudadano* realizan los movimientos sociales tapatíos se realizó considerando las opiniones vertidas en entrevista por seis de sus dirigentes: Hilda, Coco y Libertad, de Comunidad CRECE (mujeres); Yerel, de GDL en Bici (movilidad urbana); Jorge, del Colectivo Ecologista Jalisco (ambientalista), Isidro, del Colectivo Lésbico, Gay de Occidente (homosexuales); David del Tianguis Cultural (trabajadores de la cultura); y Karenina, del Campamento Informativo Ciudadano (movimiento urbano).

Las preguntas guía que orientaron las entrevistas que realizamos a los dirigentes de los movimientos sociales fueron las siguientes. ¿En qué consiste el movimiento? ¿Cómo inició su interés por hacer este trabajo? ¿Cuáles son las principales problemáticas en Guadalajara? ¿Cuáles son las principales características de su organización? ¿Qué es lo público y qué lo privado para este movimiento? ¿Cuáles son las principales propuestas de su organización para enfrentar la problemática de esta ciudad? ¿Qué valoración hace de la televisión abierta que se proyecta en la ZMG? ¿Cuál es su opinión sobre Televisa Guadalajara? ¿Cuál es su opinión sobre Canal 7 del gobierno estatal? ¿Qué ve usted en televisión? ¿Qué noticiero le gusta ver? ¿Qué piensa de las noticias que se ofrecen por televisión? ¿Qué manejo considera que se le otorga en la televisión a la información sobre los problemas de interés público? ¿Ha visto el noticiero de *GDL Noticias* y el de *Enfoques*? ¿Cuál es su opinión sobre ellos? ¿Qué relación hay entre su movimiento y la construcción de ciudadanía en Jalisco? ¿Contribuye la televisión a construir conciencia y participación ciudadana? ¿Qué importancia reviste la información noticiosa televisiva para visibilizar los problemas y las alternativas a los problemas sociales? ¿Puede un noticiero televisivo

favorecer la construcción de ciudadanía? ¿Cuál sería el ciudadano ideal en Guadalajara? ¿Cuál sería un noticiero televisivo ideal a construir en estas condiciones?

La información proporcionada por cada uno de los dirigentes fue registrada audiográficamente y estructurada en función de categorías definidas para el estudio de los procesos de construcción de *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) desarrollados por esos mismos dirigentes entrevistados, que en su participación se ubican en condiciones sociales de asimetría social y predominio de las visiones construidas desde los medios televisivos: **problema** o problemas reconocidos por los movimientos; los **protagonista** y los **antagonistas** que participan en dicho problema; las **auto/atribuciones tipificadas** que los propios movimientos hicieron de sí mismos; las **atribuciones tipificadas** que hicieron sobre los antagonistas; el **diagnóstico**, el **pronóstico** y las **alternativas** que construyeron sobre la situación problemática; los **símbolos** asociados a su actuación y los **contra/símbolos** a los que se enfrentan; las **dicotomías**, en tanto posturas que expresan una postura lógica de oposición y estructuralmente antagónicas, que caracterizan al proceso; las **pautas de acción** que dicen utilizar los movimientos; los **foros** utilizados para desplegar su actividad y las audiencias que reconocen como **destinatarios** y los **marcos generales** (*master frames*), que aceptan compartir con otros movimientos. El conjunto de estas variantes fueron herramientas orientadoras para sistematizar las respuestas, no formaron parte de las preguntas en sí mismas, sino que se desprendieron del lo dicho por los entrevistados.

5.4.1 *Enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) del Campamento Informativo Ciudadano (CIC).

La construcción del llamado puente atirantado (Matute Remus) se identificó como el **problema** central y raíz del conflicto. El propio Campamento se auto/asignó **protagonista** de este proceso, el cual hizo una **auto/atribución tipificadas** de características de ser parte de un “pueblo ciclero”, de ser criminalizado por autoridades y medios de comunicación, y ser “corazón de la resistencia” (“pero bueno, el activismo tiene corazón de resistencia”). Desde su perspectiva, en tanto parte del *enmarcamiento* (*framing*) construido, el **antagonista** está constituido por diferentes actores: el gobierno

estatal de Jalisco, los empresarios que participan en el proyecto, los medios de comunicación y ciertos sectores de ciudadanos. A cada uno de ellos se le asignó en el discurso **atribuciones tipificadas**. Al gobierno estatal se le atribuyó incompetencia, falta de interés, actuar en función de intereses políticos y comportamiento de burla (“la autoridad no tiene un interés en generar proyectos de movilidad tangibles, para solucionar los problemas de todos”). A los empresarios se les adjudicó el actuar en función de intereses económicos que responden a sus inversiones (“seis empresas muy grandes, y que están ya con apoyo de millones de pesos, que no van a querer perder”). A los medios de comunicación, particularmente a Televisa y Televisión Azteca, se les caracterizó a partir de su indiferencia ante el problema (“La tele es el principal medio indiferente del tema”), manipulación informativa, y responder a intereses económicos y políticos (“si tú no tienes plata para poder decirles ‘dame tres segundos de tiempo aire en tu televisora’, no te van a dar ni madres”). A ciertos sectores ciudadanos se les atribuyó apatía y falta de cultura vial (“creemos que la única forma de trasportarnos en esta ciudad es el automóvil, y eso nos ha hecho olvidar que el derecho a una libre vía para el peatón, para el ciclista para este otras formas de movilidad no existen”).

El **diagnóstico** que hizo el Campamento es que existe un problema de tráfico, de calles en mal estado, de falta de respeto al peatón y de educación vial deficiente (“ponte a caminar como peatón, y te vas a dar cuenta que el automóvil por supuesto no te va a dar el derecho a paso, tu ponte a pedalear como ciclista y te vas a dar cuenta que la gente cree que eres un fantasma”). Que en contraparte no existen políticas para enfrentar esta situación (“no existen políticas internas que puedan señalar las alternativas de movilidad”), y cuando éstas se desarrollan son erróneas, y afectan a la población. Que se desarrollan políticas de estigmatización de los opositores a las políticas del gobierno (“y aquí en Guadalajara el ciudadano que exige sus derechos es señalado como un opositor, es señalado como...es criminalizado y es hasta amenazado. Entonces, ser ciudadano en Guadalajara es un peligro. Pero eso no significa que no lo necesitamos”).

Su **pronóstico** fue que finalmente el puente atirantado se construirá (“el puente lo van a seguir haciendo; nosotros vamos a seguir exigiendo que la información veraz de la manera en cómo se construyó”). Como consecuencia de esto, pronostica que se incentivará en la población el deseo de comprar más autos (“un pinche puente va a incentivar a que la

banda compre más autos, y que haya más autos en la ciudad, y que de estos 300 automóviles que se suman diariamente en nuestro parque vehicular, bueno quién sabe cuántos aumenten”).

Las **alternativas** que sugirieron se fundamentaron en la idea central de buscar otras formas de movilidad urbana que signifiquen diferentes maneras de ver la vida, tales como: una movilidad urbana sustentable; la implementación de ciclo vías; el equilibrio entre peatones y automovilistas; el estar informados (“la herramienta más hábil, más fuerte y que retumba en todos lados, es la información”); y el asumir compromisos cotidianos entre los ciudadanos en función de estas alternativas (“la movilidad urbana sustentable se basa no solamente en el auto o en caminar y reducir los efectos del CO₂, sino también tener ciclo vías, saber que puedes utilizar un transporte multimodal, como subirte al tren ligero con tu *baika* y en peri agarrar tu bici y a pedalearle”).

Reconocieron como **símbolo** fundamental a la bicicleta. También hubo identificación de símbolos secundarios asociados al árbol (“*Bob* murió, el árbol que más queríamos murió, los demás que estaban alrededor también”), la experiencia de destrucción de puentes en Londres y la acción de dar la espalda al gobierno. Los **contra/símbolos** estarían representados por el auto y por personajes asociados a los medios (“Miguel Ángel Collado es televisa; qué voy andar viendo a ese cabrón, si es uno de los principales prostituidos de los medios”). En este sentido se manejó la **dicotomía** constante a lo largo del discurso entre automotor/bicicleta.

Las **pautas de acción** que se señalaron fueron reunir a los ciudadanos, informar, concientizar, educar, realizar paseos colectivos (“estamos buscando hacer primero una concientización. Creo que hacer ciudadanía es un proceso, como la educación, lento, es como el campo, también es lento, es duro y es difícil pero no es imposible”). Los **foros** que consideraron útiles para desarrollar su labor fueron el boletín *Ciudad en Bici* (“con este boletín lo que buscamos hacer es que la gente se dé cuenta qué perfiles urbanos existen como ciclistas, desde el que se va trajeado hasta su chamba, hasta el panadero que lleva su *cajota* atrás de él, también algunas sugerencias para utilizar bien tu bici”) y su propio espacio en internet (“muchas organizaciones civiles de manera mundial están utilizando el internet como su medio alternativo; o sea, nosotros hemos subido un montón de videos sobre los paseos, sobre las charlas”). Consideraron **audiencia** susceptible de ganar al

movimiento a los ciudadanos y a “la banda” (“entonces, este, los paseos mensuales podemos juntar desde 900 personas hasta 4 mil, y eso esta súper chido, pues, porque la gente se da cuenta que existe una fuerza”).

Finalmente, por lo declarado, se puede identificar que existe un *marco general (master frame)* entre diferentes organizaciones a partir del problema del puente atirantado y del criterio de funcionar con base al consenso (“el tema del puente atirantado como que nos volvió a reunir a ciertos miembros de GDL en bici que habíamos sido parte de Ciudad para todos, y por eso nos sumamos al mensaje; en sí, GDL en bici no fue el único que se sumó a esta acción, también esta Parlamento de Colonias, Colectivo Ecologista, o sea como que el mismo tema, el mismo problema del puente, hizo que varias organizaciones o nos reencontráramos o nos uniéramos de una nueva forma”).

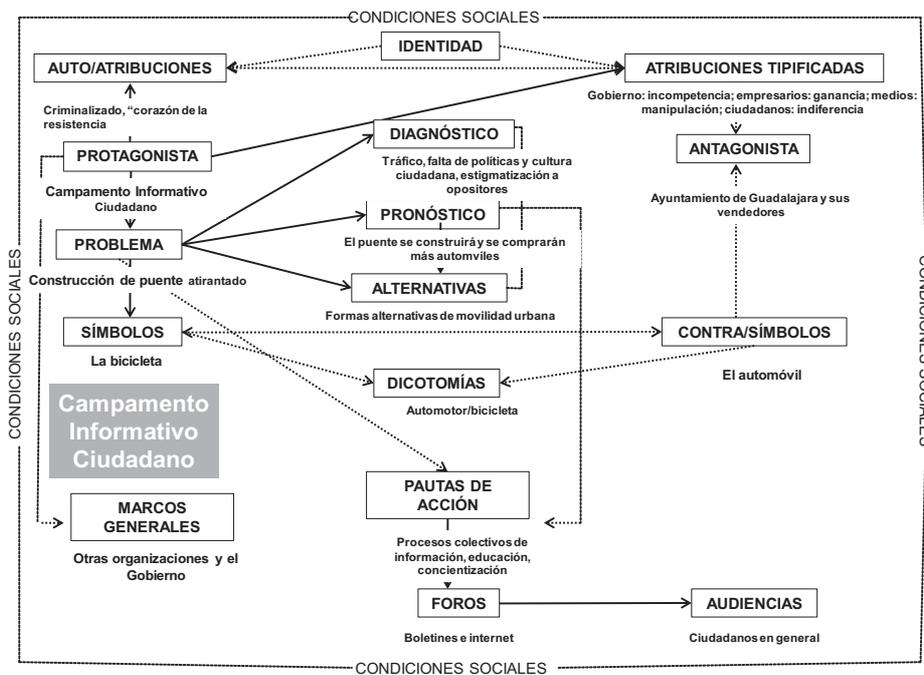


Figura 8. Enmarcamientos comunicativos (*communicative framing*) del Campamento Informativo Ciudadano.

5.4.2 Enmarcamientos comunicativos (*communicative framing*) del Tianguis Cultural.

Para el Tianguis Cultural el **problema** radica en la invasión al tianguis que se ha operado con vendedores del ayuntamiento de Guadalajara, que lo han tratado de convertir en un mercado cualquiera, lo que significa una deformación y un trastorno de este proyecto

(“hay mucho mercachifle, mucho tianguero que se ha estado tomando puestos, se unen con el ayuntamiento de GDL y precisamente para copiarnos, para doblegarnos han trastornado el tianguis cultural para convertirlo en un mercado cualquiera, entonces, si tienes los productos alternativos, lo que son las artesanías pero tienes también lo que es parte de una deformación de un trastorno del tianguis cultural”).

Como **protagonista** de este proceso fueron reconocidos los integrantes del tianguis. En tanto que como **antagonistas** se mencionaron al gobierno, los partidos políticos, los vendedores oficialistas y los medios de comunicación. Las **auto/atribuciones** que como Tianguis Cultural hizo el entrevistado fueron las ser tribus urbanas, movimiento social, y espacio social de convivencia, contestatario y alternativo. Las **atribuciones tipificadas** al gobierno fueron las de corrupción, mediocridad, interés por el dinero, falta de atrevimiento para hacer obras y ausencia de voluntad (“yo siento que los gobiernos han sido muy mediocres, que llegó una generación de *pirrurris*, de tipos que no tienen posibilidad, que lo que quieren es ganar dinero”). Las atribuciones a los partidos políticos fueron las de ser timoratos, carentes de programas, no tener visión de largo plazo, ser conservadores y atentar contra la modernidad de la ciudad (“blandengues, han sido demasiado timoratos, no han tenido precisamente una visión a largo plazo, puros partidos políticos carentes de programas, conservadores todos, hasta los de izquierda”). Las atribuciones tipificadas dirigidas a los vendedores pro-gobiernistas son las de ser ruines, corruptos, interesados, saboteadores, insultantes, golpeadores y estafadores (“son depredadores que a cualquier costo toman un espacio, de modo profano; es gente que no tiene compromiso con el proyecto. Son chavos parásitos que están en el proyecto ganando dinero, que se agarran del tianguis cultural y que no tiene ningún ánimo de cambiar a la sociedad”). Las atribuciones tipificadas que se hicieron de los medios de comunicación, y en particular sobre la televisión, fue que son denigrantes de la juventud, mal intencionados, a veces objetivos, a veces despreciables, negociantes y manipuladores (“muchas veces utilizan el fondo del tianguis cultural para hablar de la drogadicción y cosas así, y eso está equivocado eso es mala leche, eso es una situación, yo diría que es una situación mal intencionalidad de los medios y luego, porque no están respetando al joven”). Sobre Televisa Guadalajara se dijo que es una empresa pretenciosa, chayotera, amarillista, interesada en el *rating*, y que no cubre noticiosamente al Tianguis (“los invitamos seis veces y vienen sólo una”).

El **diagnóstico** que hizo el Tianguis Cultural respecto a la ciudad de Guadalajara fue que ésta ha sido terriblemente golpeada por políticos mediocres. Consideró el entrevistado, que Guadalajara es una ciudad de desigualdades, y que eso se expresa en el propio Tianguis (“hay personas que vienen en camionetas y otras en camión, desigualdades en los chavos que vienen a comprar, aquí unos no tienen ni para un refresco y otros compran lo que se les antoja al día, esas son desigualdades económicas, de información, de educación”). Respecto al Tianguis Cultural, su diagnóstico es que es un proyecto ya maduro, pero que enfrenta la intromisión de personas con intereses individualistas (“el proyecto está sumamente contaminado, tenemos situaciones de peligro porque hay personas muy violentas; tenemos intereses creados de personas que venden mucho, que ganan dinero, entonces invierten para ganar más y la forma de invertir es de sabotearnos, es estarnos insultando, golpeando, meten grupos; todo eso yo creo que es una situación penosa, que nos fastidia, nos enoja y no nos deja trabajar”).

El **pronóstico** fue que el Tianguis en cuanto tal va a entrar en una etapa de consolidación. En tanto, su pronóstico respecto a los medios, en particular sobre la televisión, es que ésta no va a cambiar mientras el país no cambie (“si nosotros como ciudadanos tuviéramos otra visión, podríamos dejar de verlos porque ellos viven de lo que nosotros vemos, de la programación de los comerciales”).

Las **alternativas** del Tianguis Cultural ante esta problemática fueron las de realizar difusión cultural para la promoción y el construir otra visión (*enmarcamiento*) entre los ciudadanos (“El tianguis cultural tiene ante todo retos de difusión cultural en relación con la promoción, de acercamiento con los jóvenes, de generar información, para que los jóvenes puedan protegerse como actores vivos dentro de la sociedad”).

Se pudo rescatar que los **símbolos** del Tianguis Cultural son la diversidad, la convivencia y la producción cultural (“el tianguis cultural, les sirve para reencontrarse, para coordinarse y quizás para planear alguna escapada en la tarde para tratar de convivir”), que toman cuerpo en propuestas estéticas culturales. El **contra/símbolo** fundamental es el dinero. La **dicotomía** que se maneja en el *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) del Tianguis Cultural es la que ocurre entre jóvenes artesanos y vendedores del ayuntamiento, y es dicotomía por lo estableció como separación por el dirigente, aunque en la práctica pudiera tomar forma de antagonismo.

Las **pautas de acción** que consideró el entrevistado fueron las de producir información, desarrollar campañas de acercamiento con los jóvenes, buscando generar un espacio público, social, cultural y diversidad, de convivencia; y actividades que lleven a hacer que se respeten los derechos de los jóvenes a participar en plazas y crear una identidad social (“tenemos además una serie de campañas a veces en contra del abuso de los niños, a veces hacemos campañas a favor de los chavos graffiteros”), a partir de talleres y conciertos. Parte de estas pautas de acción implicaría presentar una propuesta al presidente municipal de Guadalajara. Los objetivos que se plantean lograr son la de una transformación a partir de propuestas estéticas/culturales, contestatarias; favorecer un reencuentro entre los jóvenes; fortalecer las identidades urbanas; generar un circuito entre tribus; posibilitar una visión crítica hacia la sociedad; procurar que la gente se concientice y se comprometa; y buscar que tome nuevos valores y una educación cívica de fondo (“conjugamos un proyecto con la idea de generar un espacio de convivencia, un espacio cultural, social, un espacio de diversidad que constatará lo que significa ser ciudadano en una ciudad como Guadalajara”). Como **foros** a utilizar en este trabajo se mencionaron: foros culturales públicos y gratuitos, folletos, conciertos y su página en internet (“por cierto ya tenemos la página web” *www.tianguiscultural* para que puedan empezar a imprimir algo...”). Consideraron **audiencia** al conjunto de jóvenes de la ciudad de Guadalajara en sus diversas manifestaciones (“tenemos una serie de campañas que vamos a realizar para los diferentes artistas, diferentes actores y académicos”).

Pudimos reconocer, con base en sus declaraciones, un *marco general conjunto (master frame)* a partir de acuerdos con cualquier tipo de organización o institución, incluido el gobierno. Desde su punto de vista, estos acuerdos deben surgir del apoyo a las necesidades sociales, a los derechos humanos, a la ecología y a la diversidad sexual (“esa política alternativa, que no es la política de partidos políticos, sino la política que tiene que ver con derechos civiles, es la que nos interesa y es la que apoyamos”).

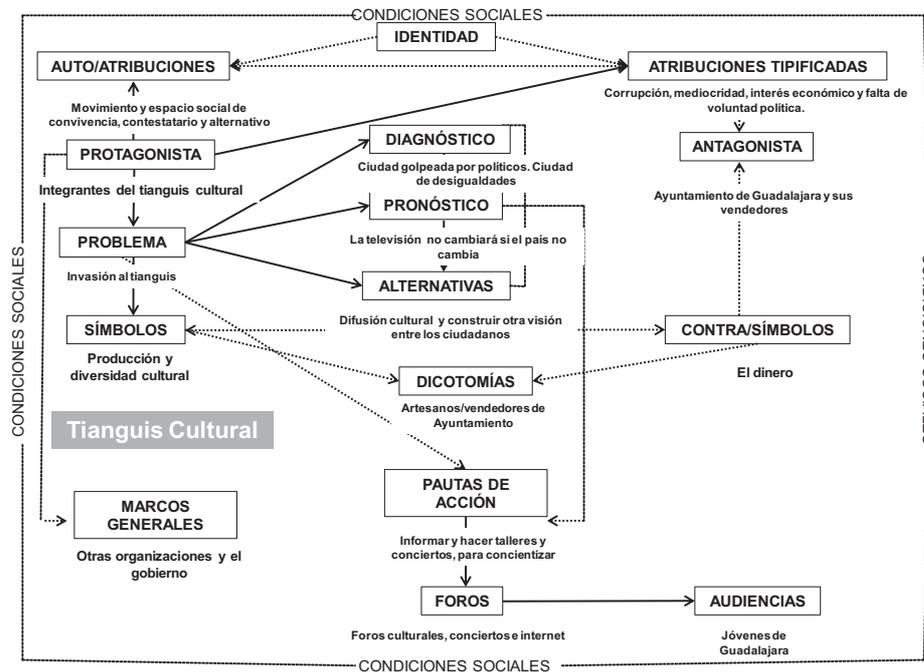


Figura 9. Enmarcamientos comunicativos (*communicative framing*) del Tianguis Cultural.

5.4.3 Enmarcamientos comunicativos (*communicative framing*) del Colectivo Ecologista Jalisco.

El Colectivo Ecologista Jalisco (CEJ) identificó como **problemas** el cambio climático, la contaminación, la deforestación, el saqueo de especies y la pobreza social. En sus *enmarcamientos (framing)*, el propio CEJ se presentó como el **protagonista**, en tanto que identificó como **antagonistas** a ganaderos, madereros, empresas trasnacionales (“empresas que procesan azúcar, ingenios cañeros, tenemos el caso de papeleras, tenemos el caso de una gran cantidad de industrias químicas, petroquímicas, farmacéuticas, de transformación de diversa índole”), a la Universidad de Guadalajara, a cadenas comerciales, al gobierno y a sus instituciones oficiales (SEMARNAT, CFE).

Como sujeto protagónico el CEJ efectuó una **auto/atribución** de tipificaciones como las de ser ambientalistas en pleno movimiento, constructores de ciudadanía (“ambientalismo necesariamente va a la par de construcción de ciudadanía, no puede ir separado. Entonces, desde mi perspectiva ser ambientalista pues es ser ciudadano, y ambos en plena construcción”), conscientes, comprometidos, congruentes, y como quien tiene

premisas los intereses sociales y ambientales. Las **atribuciones tipificadas** las aplicó a las diferentes instancias reconocidas como antagónicas. A las empresas trasnacionales les asignó características de acumulación de capital, manejo deshonesto y ventajoso de los conocimientos y de uso de estrategias mercadotécnicas. Al gobierno le reconoció autoritarismo, centralización, antidemocracia, cerrazón (“los gobiernos panistas cierran mucho las posibilidades de interlocución, de diálogo y de negociación con las organizaciones civiles y con la sociedad civil en su conjunto, con la población en su conjunto”) y ausencia de políticas que impulsen la agricultura orgánica (“se sigue promoviendo la agricultura convencional, altamente tecnificada, con monocultivos que obedecen más a necesidades del mercado interno que a necesidades sociales de consumo de alimentos”). A instituciones como SEMARNAT e Instituto Nacional de Ecología, les señaló como defensores de los intereses de empresas extranjeras.

El CEJ desarrolló un **diagnóstico** donde reconoció que la problemática de la ciudad se refiere a cuestiones globales, las propiamente ambientales y las socio/ambientales. Se destacó la situación de deforestación donde operan diferentes prácticas e intereses (“está la construcción, están las prácticas agrícolas convencionales, están los intereses de fraccionadores en algunas áreas boscosas cercanas a ciudades, en donde se afecta esta zona, sobre todo a través de incendios, con objetivo de que lleguen después los bancos de materiales y demás”); la pérdida de biodiversidad; la afectación de prácticas agrícolas por pesticidas, contaminación de mares (“la contaminación de algunas áreas de la costa del estado de Jalisco, en donde llega a tener niveles superiores a muchas otras áreas marítimas de nuestro país”); el resurgimiento de enfermedades transmisibles (“tenemos el caso del dengue, que era típicamente una afección o una infección de áreas costeras bajas, calurosas, ahora ya en Guadalajara se está presentando algo que no se presentaba, precisamente por los aumentos de temperatura”); la contaminación por automóviles y por industrias; la contaminación del agua (“tenemos expresiones dramáticas como es el caso del Río Santiago, bueno de toda la problemática de la cuenca Lerma-Santiago-Pacífico”); las afectaciones en la salud (“afectaciones en la piel hasta diversas formas de cáncer que se están generando, problemas de riñones, de hígado y demás”); la generación de desechos; la pobreza social (“el deterioro ambiental y la pobreza social son los síntomas de un sistema que nos lleva simplemente a generar más pobreza, más desigualdad, más inequidad más

injusticia, más deterioro ambiental, más deterioro de la calidad de vida, y demás”) y la violación a los derechos humanos (“tenemos derecho a un medio ambiente sano”).

El **pronóstico** que realizó el dirigente del CEJ valoró que si no se aplican medidas, seguirá avanzando el proceso de pérdida de diversidad, y que es necesario un cambio en la sociedad (“un sistema que nos lleva simplemente a generar más pobreza, más desigualdad, más inequidad más injusticia, más deterioro ambiental, más deterioro de la calidad de vida”).

Las **alternativas** que sugirió para enfrentar la problemática es el control del origen de lo que se convertirá en residuo; ligar la problemática ambiental y social (“Hablar de la problemática ambiental implica hablar de la problemática socio/ambiental”); trabajar por la sustentabilidad (“una perspectiva de sustentabilidad que implique no solamente una relación armoniosa entre el ser humano, la sociedad y la naturaleza, en un sentido limitado, digamos, a una acción conservacionista, sino en un sentido de la búsqueda de la justicia social, de la equidad económica, de la equidad de género, de reconocimiento y respeto a la diversidad étnica, cultural, sexual, etc., el impulso y la promoción de la democracia directa y participativa”); cultivar la sustentabilidad interior, en otras palabras, la congruencia; y favorecer la participación ciudadana.

El **símbolo** que reconoció el dirigente del CEJ fue la biodiversidad. El **contra/símbolo** identificado fue el del dinero (“la pobreza de inmensamente ricos que no tienen ningún otro valor, y ningún otro bien, ninguna otra posibilidad que seguir acumulando dinero”). Las **dicotomías** constatadas en su *enmarcamiento (framing)* fueron las de desarrollo sustentable/deterioro ambiental y alimentación orgánica/alimentación industrializada.

Las **pautas de acción** que propuso fueron tareas relacionadas con el reverdecimiento de la ciudad; un boicot pro-árboles (“estamos organizando e impulsando una campaña de boicot hacia comercios que están llevando a cabo este tipo de actividades de tala”); una movilidad urbana, integral, sustentable, para la zona metropolitana; y el presentar ante los medios una problemática de manera fundamentada y ofrecer alternativas. El **foro** que a decir del dirigente utiliza el CEJ, es internet (“se diseña un blog pro-árboles para que la gente participe, haga sus denuncias y demás”). Las **audiencias** que consideró

fueron la población, las organizaciones civiles, los grupos sociales y las dependencias gubernamentales.

La construcción de *marco general conjunto (master frame)* podemos reconocer en el momento que explica las circunstancias en que se den puntos de encuentro con otras organizaciones en relación a los problemas ambientales (“nos hemos involucrado en muchas iniciativas ciudadanas con diversas organizaciones locales, redes nacionales e internacionales que trabajan la cuestión ambiental desde muy diversas perspectivas”), sobre empaques y embalajes, y sobre agricultura orgánica, círculo de producción y consumo responsable (“donde hay una vinculación y un acercamiento estrecho entre productores y consumidores sin intermediarios...lo que vinculamos es producción orgánica con consumo responsable, consciente, inteligente, y con comercio justo, desde una perspectiva de economía solidaria”).

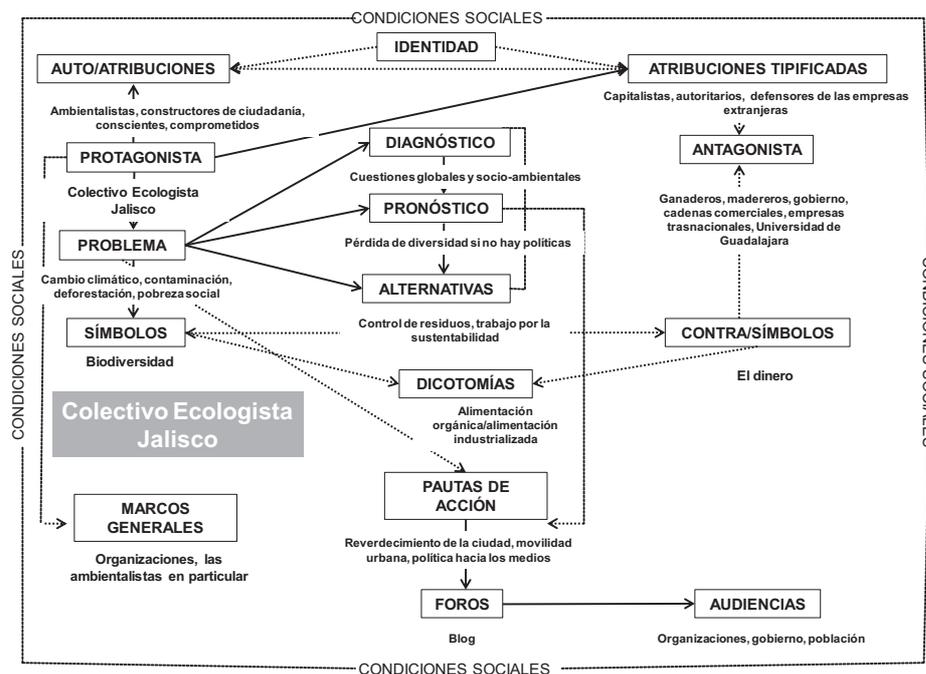


Figura 10. Enmarcamientos comunicativos (*communicative framing*) del Colectivo Ecologista Jalisco.

5.4.4 Enmarcamientos comunicativos (*communicative framing*) del Comité Lésbico, Gay de Occidente.

En las opiniones del dirigente de Colega, se puede identificar el reconocimiento de **problemas** como la falta de derechos a los homosexuales, la carencia de respeto a la diversidad sexual, la salud sexual, particularmente la prevención del VIH, la represión, la discriminación y el rechazo. Pudimos destacar que de lo dicho, el **protagonista** fue identificado como el propio Colega, y a los **antagonistas** como la familia (“Ser *gay* en una familia conservadora o con valores muy apegados a la ideología religiosa, o sea, eso es como...es una amenaza”), las instituciones laborales (“hay por ejemplo instituciones bancarias que para ser directivo o gerente de una sucursal, forzosamente tienes que estar casado para llegar a ese puesto”), la Iglesia (“la parte judeo/cristiana en que se basa la religión católica, creo que su punto de vista es no aceptar la parte de la homosexualidad”), las instituciones de gobierno, el gobierno mismo, la policía y los medios de comunicación. Los **elementos de auto/atribución** que el dirigente de Colega reconoció para su agrupamiento fueron el ser homosexuales; contar con una identidad *gay*; ser grupo vulnerable (“siempre entramos en la parte esta de grupos vulnerables”); ser asociación civil; prestar servicios de apoyo; ser visibles y diversos (“somos diversos igual que somos empresarios, somos vendedores, somos contadores, somos servidores públicos, o sea no solamente son las vestidas”) y ser ciudadanos (“no somos ciudadanos de segunda, somos ciudadanos comunes y corrientes”). La **atribución tipificada** que hizo a los antagonistas es que la familia conservadora es represiva; que algunos tipos de empleo se discrimina a los homosexuales; que la iglesia católica se identifica por su rechazo a los *gays* y sobre todo a las prácticas homosexuales; que tiene prácticas de corrupción y violencia (“Las chicas *trans* que se dedican al trabajo sexual. Ellas obviamente son las que son más atacadas por parte de la policía”); que las instituciones de gobierno desarrollan políticas para dividir al movimiento (“los mismos funcionarios públicos que se integran en esos puestos, como que van buscando los grupos, las instituciones que les hagan menos ruido o que sean como las que callen a las otras, pues igual como...y esos mismos intereses golpean a los movimientos y los fragmentan”); que el gobierno invisibiliza a los organismos de la sociedad civil y visibiliza a los grupos conservadores (“Emilio González lo que ha hecho es visibilizar más bien las organizaciones de corte religioso”); y que los medios de comunicación son creadores de estereotipos sobre los homosexuales y hacen un tratamiento informativo denigratorio, homofóbico y desigual según etapas (“Televisa creo que sí ha

estado permanente en la parte esta de las marchas, pero también en el rollo de solamente visibilizar las lentejuelas, las plumas, y toda esa parte, y a veces de que tapamos el tráfico en las calles en el centro de Guadalajara”), pero que se interesan sobre todo en ganar audiencia (“Incluso los mismos productores de cada uno de los programas lo que quieren es *rating* ¿no? Y si no les das ese *rating* pues no sales”).

Su **diagnóstico** fue que social y culturalmente existen dificultades para visibilizarse como *gay* (“ser *gay* para uno es solamente ser *gay* por la noche o ser *gay* el fin de semana, no es ser *gay* de tiempo completo, o sea, esa es la parte de entrar y salir del closet”). Que existe entre los *gay* una actitud de culpa (“O sea, ser *gay*, igual para unos pues es vergüenza, es culpa, son muchas cosas ¿no?”). Que hay represión por parte de la policía. Que existe un marco jurídico caduco (“el reglamento de policía y buen gobierno de esta ciudad, creo que está antiquísimo, y eso se ha prestado para que los mismos policías lo utilicen como, este, como una herramienta de corrupción más”). Que, en contraparte, hay conquista de espacios públicos por los homosexuales (“la población *gay* se ha apropiado del centro, aunque sea la parte nocturna, pero se ha apropiado de esos espacios”); pero al mismo tiempo se hace presente una ausencia de cultura ciudadana entre los *gays* (“si no tenemos esa cultura, igual, este no sabemos que somos entes de derecho como cualquier otro”); lo que hace que la gente *gay* no siempre tenga conciencia de que es discriminada (“La gente a veces no es consciente de que es discriminada en la calle, en cualquier oficina, lo ve como normal...o sea, lo vas haciendo como muy natural, entonces no ven que es discriminatorio”). A todo esto, agregó, el que no se cuente con ninguna conquista legal propia para los homosexuales (“De las conquistas solo tenemos la visibilidad. De las conquistas no tenemos ninguna ganada en la parte legal. O sea, legalmente en la constitución, en los códigos del Estado seguimos siendo...o sea, no estamos presentes”).

Su **pronóstico** fue que se requieren *gays* ciudadanos para ser *gays* empoderados (“Un *gay* empoderado es un *gay* que ejerce su ciudadanía en todos los ámbitos, ya sea en el trabajo laboral, en el familiar y a nivel público”); y que si se necesita construir una sociedad incluyente, se deben frenar las medidas discriminatorias a los *gays* (“si queremos tener una sociedad, obviamente tenemos que poner freno a ese tipo de actitudes discriminatorias”).

Las **alternativas** que propuso el dirigente de Colega fueron las de favorecer la integración social de los homosexuales (“integrarse pues a una sociedad activamente, activa

y como ciudadanos, que es lo que más nos interesa a nosotros”); la participación política de los *gays* a través del voto y de las manifestaciones públicas (“participar en la marcha también es participar políticamente, a ir a manifestar, ir a pedir que se agreguen nuestros derechos en las constituciones”); y la aprobación de una ley en contra de la discriminación que mejore las condiciones de vida de los homosexuales (“No solamente por aparecer cambiaría todo. Pero creo que sí se empezaría a crear como una cultura más de respeto”)

Los **símbolos**, que reconoció el entrevistado fueron el cuerpo y los lugares de encuentro para los *gays*. Mientras que el **contra símbolo** asociado a los antagonistas fueron el catecismo católico (“en su catecismo viene ahora en sus últimos... es que sí aceptan a los homosexuales siempre y cuando no se hagan prácticas”). La **dicotomía** que se estableció fue la de homosexual/sociedad represiva y discriminatoria.

Las **pautas de acción** que señaló fueron las de desarrollar trabajo social y político, en derechos humanos y prevención (“manejamos tres líneas de acción o áreas de acción, que es el área de incidencia social y política, el área de derechos humanos y el área de prevención, tanto de ITS y de VIH”); la vigilancia ciudadana; la Marcha de Orgullo Homosexual (Sí, una marcha *gay*, igual, uno de sus objetivos es esa parte, de que la gente salga a la calle, nos hagamos visibles, igual otros chavos que no están, o sea que no son visibles, o sea que nos están enterados que hay más *gays*, o sea obviamente se identifican con la comunidad”); y los servicios de la institución en forma de talleres (“talleres de crecimiento que va desde la parte de la ciudadanía, la parte de la autoestima, la parte de relaciones familiares”). Consideró **foros de difusión** para Colega la calle, los antros *gays* y los talleres. Mencionó el dirigente, que sus **audiencias** son los homosexuales no organizados, no participativos, y la ciudadanía en general.

El *marco general conjunto (master frame)* se hace presente a partir de los acuerdos, con base en punto de vista compartidos, con otros grupos en la lucha contra la discriminación, para vigilar la actividad política de los funcionarios de gobierno (“Porque aparte de ser un grupo pertenecemos a redes de otros grupos, entonces lo que sí exigimos es que, estamos exigiendo que nuestros políticos rindan cuentas como parte de la legalidad”); a través de las relaciones con instituciones oficiales bajo criterios de acciones para la prevención (“En la parte de la prevención del VIH sida, tenemos mucha relación con ellos - con COESIDA”); y en el trabajo por la defensa de los derechos humanos (“En la parte de

las redes de todas las organizaciones que luchan por derechos humanos, aunque no sean de gays, en lucha de derechos humanos, tenemos una muy buena relación con ellos y tenemos un buen acercamiento”).

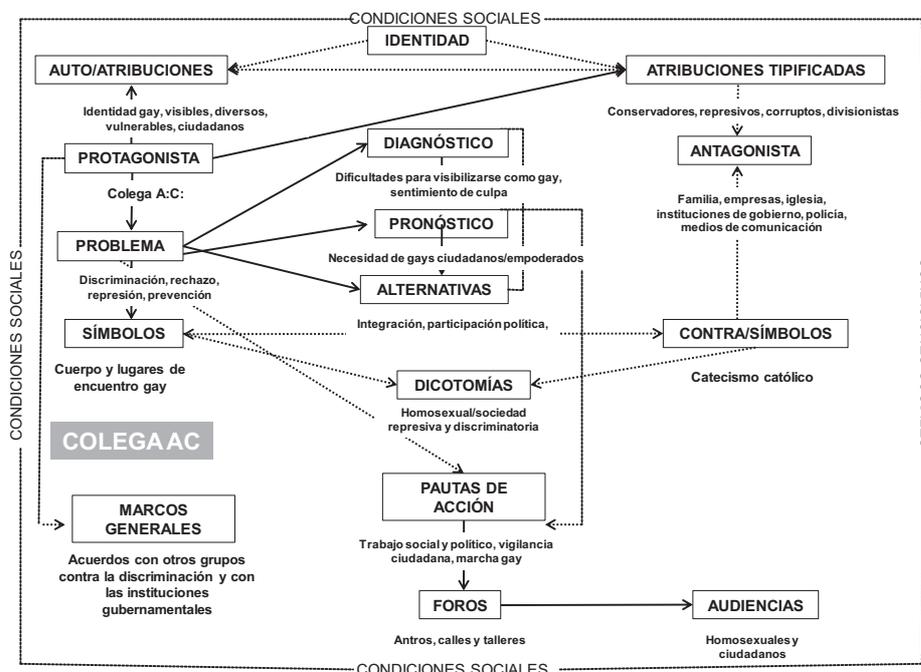


Figura 11. Enmarcamientos comunicativos (communicative framing) de COLEGA AC.

5.4.5 Enmarcamientos comunicativos (communicative framing) de GDL en Bici.

El **problema** del que dio cuenta el dirigente de *GDL en BICI* entrevistado⁵, fue el de la vialidad urbana de la zona metropolitana de Guadalajara. Identificó que el **protagonista** de este proceso es *GDL en Bici*, a través del dirigente entrevistado, en tanto que el **antagonista** está constituido por automovilistas, el transporte urbano, el gobierno, los funcionarios y los grandes medios de comunicación. Las **auto/atribuciones** que se adjudicó *GDL en Bici* fue el de ser un grupo de jóvenes ciclistas, politizados (“nos hemos...la verdad, por ahí dicen que politizado, así nos hemos puesto, en cuestión de que nos metemos o tratamos de influir en políticas públicas”), activistas (“creo que todos sí

⁵ Hablamos de Yerel como dirigente de GDL en Bici, porque él mismo se considera uno de los fundadores y pilares de esta organización. Aunque con sus propias palabras él aclara esta situación: “Pues mira nosotros tenemos una estructura horizontal. No hay presidente no hay secretarios. Somos totalmente... todos somos iguales nos juntamos mínimo una vez al mes y platicamos sobre acciones si tenemos de repente...”

traemos un poco de activismo en la sangre”), con convencimiento (“estamos convencidos que la bicicleta es algo bueno para la ciudad”), con estructura igualitaria (“No hay presidente no hay secretarios. Somos totalmente... todos somos iguales”), y el ser voluntarios en su trabajo. Las **atribuciones tipificadas** que *GDL en Bici* aplicó a los identificados como antagonistas fue que los automovilistas se encierran en su microcosmos, que tienen sobrepeso, que contaminan el ambiente, que no respetan al peatón ni al reglamento. Que el gobierno tiene poco clara la política de participación ciudadana, y busca imponer. Que los funcionarios son resistentes a escuchar y a aceptar las propuestas (“una resistencia impresionante y lo que hacen es tirarte el ojo”). Y que los grandes medios de comunicación no brindan cobertura informativa sobre el movimiento (“Los periódicos son los que más nos han echado la mano, las televisoras, las grandes no”; “al final sabemos que también es a un cierto grupo selecto que puede pagar un extra de televisión”)

El **diagnóstico** respecto al problema fue que existe una saturación de las vialidades por los autos (“Guadalajara tiene más coches por habitante que el DF”); que hay carencia de infraestructura; que se presenta una excesiva contaminación (“Un coche avienta 40 toneladas de CO2 anualmente, y Guadalajara tiene ahorita un millón 600 mil coches”); que el uso del coche favorece el sobrepeso (“México en cuestión nacional, ya cuestión mundial, más bien, es un país de más gordos”); que el transporte es caro (“casi el 50% de su sueldo se va en puro camión”); que las condiciones para andar en bicicleta son de inseguridad (“mucha gente nos dice, es que a mí me gustaría moverme en bici, pero pues se me hace muy inseguro, y sí, la verdad es ahorita como están las condiciones”); que hay ausencia de una cultura ciclista (“hay ciclistas que son un poco atrabancados al andar; hay peatones que son muy descuidados; hay coches y transporte público que no tienen esa cultura vial de respeto hacia los demás”); y que en condiciones en que la gente no lee, la televisión es uno de los medios importantes para enviar los mensajes.

El **pronóstico** que realizó *GDL en Bici* es que una ciudad como la actual no favorece una sustentabilidad (“Una ciudad sustentable conduce hacia un ambiente y una mejor calidad de vida”); que serán inoperantes la construcción de viaductos y pasos a desnivel (“la creación de puentes al desnivel y viaductos porque para nosotros estás opciones son como aspirinas”); y que el uso de la bicicleta ayuda a la salud (“la bicicleta, al final, es algo que ayuda a esa problemática, de que ya te moviste, te fuiste al punto al que

ibas...hiciste ejercicio”) y favorece a la economía (“te ayuda a economizar, y también ayuda en esa cuestión de...o aporta a la cuestión económica en este país”).

Las **alternativas** que *GDL en Bici* propuso fueron la educación vial (“que todos nos respetemos desde ciclistas, automovilistas, peatones, que todos digamos, éste es su espacio y lo voy a compartir con, y voy a ser consciente de lo que estoy haciendo”); un renovado reglamento de tránsito que dé su espacio a la bicicleta (“donde la bicicleta sea vista como un vehículo de transporte no como algo recreativo”); la creación de un transporte multimodal; la fijación de un gasto público equitativo, que considere formas de vialidad alternativas (“no pedimos que todos se vengan de este lado, sino cuestiones equitativas”); el desarrollo de un transporte público de calidad (“desincentivar el uso del automóvil, eso es algo que nosotros quisiéramos ver en esta ciudad”); la construcción de ciclo vías; la racionalización del uso del coche (“Nosotros tampoco estamos peleados contra el coche, que indica el coche es un monstruo, y muera el coche. Más bien que tenga la conciencia de que hay que racionalizarlo”); la constitución de *GDL en Bici* como asociación civil (“ahora ya nos queremos hacer *GDL en bici, AC*, para poder, ahora sí, buscar recursos para poderlo hacer más de lleno”); y buscar mecanismo para incidir más en la televisión.

El **símbolo** que se reconoció para GDL en Bici fue la bicicleta (“creíamos en la bicicleta, o creemos en la bicicleta”, “la bicicleta, algo que aporta a una ciudad, es como sociabilidad”, “la bicicleta no excluye a nadie, hay de todo, de todo”, “la bicicleta ya pasó a ser como tema, o sea, punto de estilos de vida de la nueva generación de jóvenes, de los alternativos, de los jóvenes que están preocupados por un medio ambiente”). Los **contra/símbolos** señalados fueron el automóvil bajo uso irracional. En tanto que las **dicotomías** que identificó el dirigente fueron las que se dan entre automóvil/bicicleta, aislamiento/socialización y avenidas/ciclovías

Las **pautas de acción** señaladas de GDL en Bici fueron el de realizar paseos (“hacemos lo del paseo de todos hacemos que la gente salga”), hacer difusión, participar en reuniones oficiales para incidir en las políticas públicas, hacer reuniones para planear las acciones a realizar. Los **foros** que dijo utiliza la organización son cartas a los funcionarios, correo electrónico (“uno de nuestros fuertes es el correo electrónico... es una comunicación la más concurrida”), el boletín impreso *Ciudad en Bici* (“sacamos cuatro por año donde damos consejos técnicos de salud para que puedan usar la bici”) y el boletín electrónico

(internet), declaraciones a la prensa y talleres. Fueron consideradas **audiencias** los gobernantes (“queremos mandar una carta...a todos los que ganaron las elecciones de la zona metropolitana, para que sigan, que no dejen el tema de la movilidad motorizada de un lado, que sea parte de su trabajo próximo en estos tres años”), personas que aún no usan bicicleta, automovilistas (“hay automovilistas que les ha llegado el mensaje y que nos han mandado correos electrónicos y dicen –‘oye, ya dejé el coche y ando en bici y me siento mejor ya bajé de peso’”) y gente de bajos recursos.

Consideró el entrevistado que el *marco general conjunto (master frame)* los construyen con partidos políticos, en función de la movilidad urbana; con participación en instancias de gobierno (“ya ahorita participamos en el Consejo ciudadano de movilidad no motorizada del municipio de Guadalajara donde ayudamos o más bien proponemos la creación de la red de ciclo vías”); con acciones coyunturales conjuntas con el gobierno en función de la vialidad (“Cuando un evento es muy grande, sí pedimos apoyo al municipio de Guadalajara, pero sí ponemos nuestra raya bien clara”); y en acciones con otros grupos similares de ciclismo urbano (“son ocho, ocho grupos, donde siete nos llevamos casi como hermanos, y uno no”; “lo bueno es que hemos hecho alianzas con otras organizaciones que si se dedican al 100%, como el colectivo ecologista, tenemos muy buena relación, entonces ellos van como representación de nosotros. Y en las tardes donde ellos ya no pueden, porque ya están trabajando, vamos en su representación”).

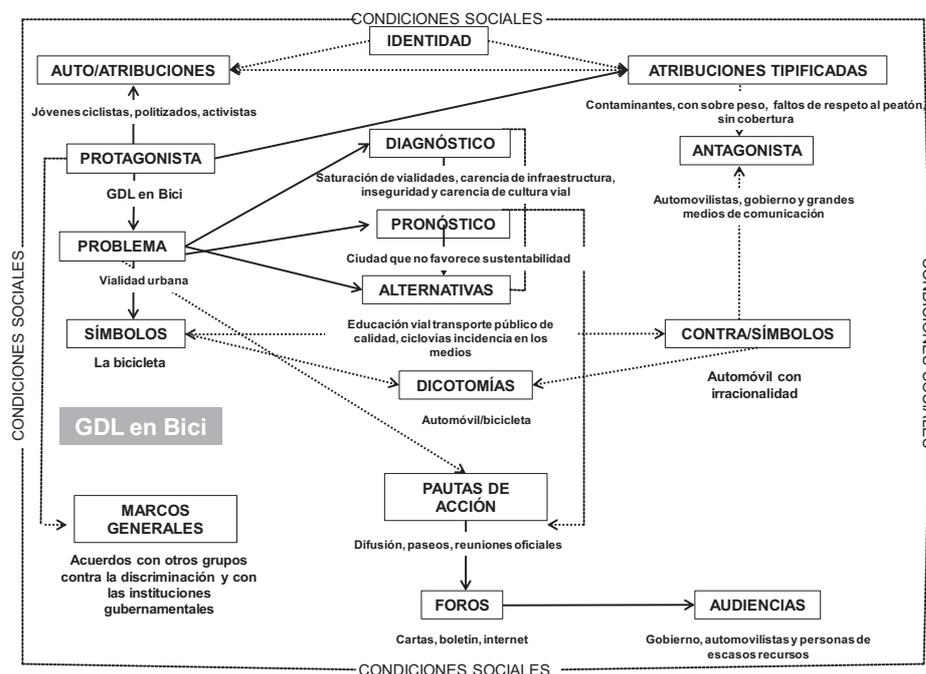


Figura 12. Enmarcamientos comunicativos (communicative framing) de GDL en Bici.

5.4.6 Enmarcamientos comunicativos (communicative framing) del grupo Comunidad Crece, A.C.

Desde la Comunidad Crece el **problema** que identificaron las entrevistadas, y que forma parte del *enmarcamiento (framing)* que construyen, fue la situación que vive la mujer a nivel de salud, violencia (“te platican sus experiencias, y que a veces son dolorosas, experiencias de violencia, de enfermedades, y que no saben cómo enfrentar”), hambre, desempleo y la falta de recursos económicos (“pedir fiado en la tienda y llega un momento en que nos dicen ‘ya ahora sí, no te fío más, pagas porque pagas, ya tu deuda es muy grande’”). Por lo dicho en la entrevista, el **protagonista** lo enmarcaron como Comunidad Crece. Esta organización identifica como **antagonistas** a los esposos de las mujeres, la iglesia católica y sus sacerdotes, y a los medios de comunicación. La **auto/atribución** que se hizo la propia Comunidad Crece fue la de ser personas con experiencia en el trabajo en sectores populares, pobres; el ayudar a las mujeres para ayudarse a sí mismas; la identificación con los problemas de las mujeres y su capacidad de escucha. La **atribución tipificada** que se hizo respecto a los antagonistas fue variada. A los esposos se les consideró violentos. A la iglesia y los sacerdotes se les asoció con posiciones moralistas

(“son unas reacciones moralistas, eclesiales, autoritarias, que las cohiben, y entonces, aunque tienen la necesidad de cuidarse, porque es inhumano tener más hijos, es un miedo a que se sepa”). Y a los medios de comunicación como creadores de estereotipos de mujer tradicional y de super/mujer con aparentes libertades, pero bella y atractiva (“como que la mujer que salga en la televisión tiene que ser delgada, tiene que ser hermosa, tiene que tener éstas, éstas y éstas características, porque si no, no da el ancho en la televisión”).

El **diagnóstico** que se realizó respecto a la problemática partió de reconocer que las mujeres saben cuidar a los otros, pero no se cuidan a sí mismas; que las mujeres son las que enfrentan la problemática cotidiana en la colonia (“ellas son las que están, digamos, manteniendo, produciendo, de entrada tienen todo el tiempo en la colonia”); que se vive en condiciones donde lo que hacen los hombres es más reconocido (“vivimos en un mundo en donde la autoestima de los hombres, como el pensar de los hombres es muchísimo más reconocido, aunque también se le reprime en otras cuestiones”); que existe mucho conservadurismo entre los políticos (“un Emilio González diciendo que darle condones a los chavos es como pagarles el...jejeje, y que en su casa él hace reuniones para leer la Biblia, o sea”); que las mujeres de Jalisco se están dando cuenta ya de los estereotipos (“La otra vez en el taller de género una de ellas decía: ‘a ver, yo no sé, ¿no?, pero sí es cierto que las mujeres de Jalisco le estamos jugando desde hace muchísimos años a ser las super/mamás’). Que, sin embargo, a las mujeres no se les ha reconocido todavía la fuerza que poseen. Que existe presencia y liderazgo de mujeres en sus colonias, proyectos oficiales y organizaciones. Que generalmente las relaciones afectivas de las mujeres son conflictivas (“ahorita tenemos el caso de una señora que vivió una violencia muy fuerte con su esposo, y el esposo es alcohólico”). Que las mujeres tienen ganas de aprender (“si en el bazar hay libros, y empiezan a buscar como ‘ay, es que yo no puedo apoyar a mi hijo en la escuela, entonces yo también tengo que estudiar’ ¿no? Y ahí están, queriendo comerse los libros para estudiar”); que existen barreras morales hacia las mujeres, colocadas por la iglesia (“ella decidió divorciarse, decidió que era lo más sano, y pues va con el padre, y lo primero que le dice el padre es: no, porque te vas al infierno”); que existe una ausencia de servicios de salud en las colonias pobres; y que hay un manejo informativo en las noticias de las mujeres como víctimas (“Yo veo que aparecen mujeres víctimas, que ‘me golpearon’, que ‘perdí a mi hijo’, este, como suplicando”).

El **pronóstico** de Comunidad Crece fue que al tomar en cuenta a la mujer en particular, permite que ella crezca en su comunidad y en la sociedad (“De veras que si ellas, este...no llegan, o sea como que van dando pasitos a empoderarse de alguna manera desde su familia hacia la comunidad y hacia la sociedad en grande”).

Las **alternativas** que propuso Crece, fue que la mujer reivindique su valor en todos los terrenos (“que la mujer reivindique su valor, su dignidad, digna de respeto, merece respeto”); que se intente empoderar a las mujeres en los diversos ámbitos de la sociedad; que se desarrollen acciones que permitan que la mujer se encuentre consigo misma; que se concientice a las mujeres en lo político, y en su derecho a decidir sobre su propio cuerpo (“Hay cosas que las mujeres tienen el derecho de decidir, ¿no?, si quieren que te metas en su vida o no, por ejemplo, el aborto”); y que es necesario hacer ver que la iglesia no debe involucrarse en las decisiones de la pareja (“ni el sacerdote, ni el obispo, ni el Papa tienen por qué meterse en las decisiones de los matrimonios”).

Los **símbolos** enmarcados por las dirigentes de Crece fueron la autoestima y la dignidad de las mujeres. En este caso los valores asumieron función de símbolos. El **contra/símbolo** fundamental señalado fue el de la violencia contra las mujeres. En tanto que las **dicotomías** reconocidas fueron: salud/enfermedad, esposo/esposa, organización/desorganización, pobreza/riqueza, educación/ignorancia, empoderamiento/des-empoderamiento.

Las **pautas de acción** de Crece se concentran, comentaron, en proyectos con las mujeres, sobre todo, talleres y con la niñez e impulso a ludotecas. Señalaron las dirigentes que el **foro** de la organización han sido sobre todo los talleres. Dijeron que sus **audiencias** son las mujeres no organizadas de las colonias populares donde intervienen.

Respecto al marco general conjunto (*master frame*) por lo que dijeron, se puede destacar que lo construyen en su relación con otras organizaciones que comparten la idea de desarrollar trabajo con mujeres bajo criterios de género (“es importante que nos reunamos como red intergrupal, que escribamos una carta al ayuntamiento, a la autoridad, y que hablemos de nuestra necesidad apremiante de tener respuesta ante las urgencias de enfermedad que hay en la colonia”).

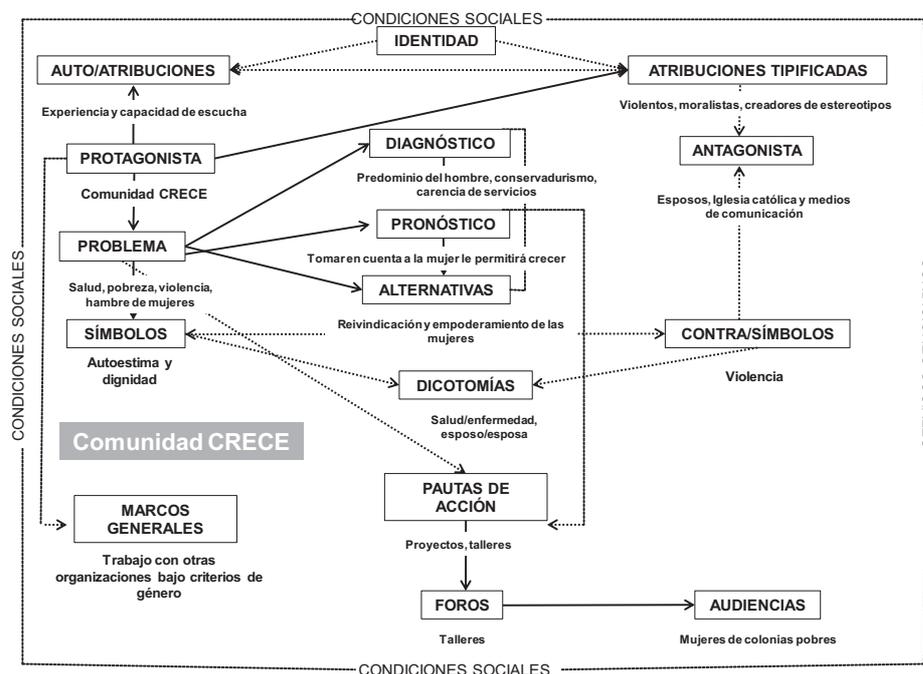


Figura 13. Enmarcamientos comunicativos (*communicative framing*) de Comunidad CRECE.

5.5 Visión de conjunto desde los movimientos.

5.5.1 Enmarcamiento comunicativo (*communicative framing*) del problema, sus actores y símbolos.

Teniendo como referencia esta información construimos la siguiente tabla que da cuenta de forma sintética y estructurada de los elementos reconocidos por los dirigentes de cada una de las organizaciones, que nos permitió aproximarnos a la identificación del proceso implícito de *enmarcamiento comunicativo (communicative framing)* respecto la realidad considerada como problema, la identificación de su antagonista y los contra/símbolos con los que se le asocia, y las dicotomías que resultan de la confrontación entre los propios símbolos de los movimientos sociales y los de los opositores en este proceso de confrontación.

| Movimiento | Problema | Antagonista | Símbolos | Contra/símbolos | Dicotomías |
|-------------------------------|------------------------|-------------------|-----------|---------------------------|---------------------|
| Campamento Informativo | Construcción de puente | Gobierno estatal, | Bicicleta | Automóvil y personajes de | Automotor/bicicleta |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--------------------|---|
| Ciudadano | atirantado | empresarios, medios de comunicación y sectores de ciudadanos. | | los medios. | |
| Tianguis Cultural | Invasión de vendedores del Ayuntamiento | Gobierno, partidos políticos, vendedores oficialistas y medios de comunicación. | Diversidad Convivencia Producción cultural | Dinero | Jóvenes artesanos/vendedores del ayuntamiento. |
| Colectivo Ecológico de Jalisco | Cambio climático, contaminación, deforestación, saqueo de especies y pobreza social | Ganaderos, madereros, empresas trasnacionales, Universidad de Guadalajara, cadenas comerciales, gobierno e instituciones oficiales | Biodiversidad | Dinero | Desarrollo sustentable/deterioro ambiental y alimentación orgánica/alimentación industrializada |
| Comité Lésbico Gay de Occidente | Falta de derechos a los homosexuales, falta de respeto a la diversidad sexual, salud sexual, represión, discriminación y el rechazo. | Familia, instituciones laborales, Iglesia católica, gobierno, instituciones oficiales y medios de comunicación. | Cuerpo Lugares de encuentro gay | Catecismo católico | Homosexual/sociedad represiva y discriminatoria. |
| GDL en Bici | Vialidad urbana de la ZMG | Automovilistas, transporte urbano, gobierno, funcionarios y los grandes medios de comunicación. | La bicicleta | Automóvil | Automóvil/bicicleta, aislamiento/socialización, avenidas/ciclovías |
| Comunidad Crece | Salud de la Mujer, violencia, hambre, desempleo y la falta de recursos económicos | Esposos, Iglesia católica y medios de comunicación. | Autoestima y dignidad de las mujeres. | Violencia | Salud/enfermedad, esposo/esposa, organización/desorganización, pobreza/riqueza, educación/ignorancia, empoderamiento/desempoderamiento. |

Tabla 9. Dirigentes: *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) del problema: antagonista, símbolos, contra/símbolos y dicotomías.

| Movimiento | Auto/atribución | Pautas de acción | Alternativas |
|---|--|--|-----------------------|
| Campamento Informativo Ciudadano | Ser parte del pueblo ciclero, Ser criminalizado, Ser “corazón de la resistencia” | Reunir a los ciudadanos. Informar. Realizar paseos colectivos. | Concientizar. Educar. |

| | | | |
|--|--|--|---|
| Tianguis Cultural | Ser tribus urbanas, movimiento social y espacio social de convivencia, contestatario y alternativo. | Realizar difusión cultural para la promoción. | Construir otra visión entre los ciudadanos. Generar un espacio público, social, cultural y de diversidad. Hacer que se respeten los derechos de los jóvenes a participar en plazas. Crear una identidad social |
| Colectivo Ecologista de Jalisco | Ser ambientalistas en movimiento, constructores de ciudadanía, conscientes, comprometidos, congruentes, y que tienen como premisas los intereses sociales y ambientales. | Reverdecimiento de la ciudad. Boicot pro-árboles. Movilidad urbana, integral, sustentable. Presentar ante los medios una problemática de manera fundamentada y ofrecer alternativas. | El control del origen de los residuos. Ligar la problemática ambiental y social. Trabajar por la sustentabilidad. Buscar la justicia social, la equidad económica, la equidad de género, de reconocimiento y respeto a la diversidad étnica, cultural, sexual, etc. Impulso y la promoción de la democracia directa y participativa. Sustentabilidad interior. Favorecer la participación ciudadana. |
| Comité Lésbico Gay de Occidente | Ser homosexuales. Contar con una identidad gay. Ser grupo vulnerable. Ser asociación civil. Prestar servicios de apoyo. Ser visibles y diversos. Ser ciudadanos. | Desarrollar trabajo social y político, en derechos humanos y prevención. Vigilancia ciudadana. Desarrollar la Marcha de Orgullo Homosexual. Prestar servicios de la institución en forma de talleres. | Favorecer la integración social de los homosexuales. Participación política de los gays a través del voto y de las manifestaciones públicas. Aprobación de una ley en contra de la discriminación. Mejorar las condiciones de vida de los homosexuales. |
| GDL en Bici | Ser un grupo de jóvenes ciclistas politizados, activistas, con convencimiento, con estructura igualitaria y el ser voluntarios en su trabajo. | Realizar paseos, hacer difusión. Participar en reuniones oficiales para incidir en las políticas públicas. Hacer reuniones para planear las acciones a realizar. | Educación vial. Renovado reglamento de tránsito que dé su espacio a la bicicleta. Creación de un transporte multimodal. Fijación de un gasto público equitativo, que considere las formas de vialidad alternativas. Desarrollo de un transporte público de calidad. Construcción de ciclo vías. Racionalización del uso del coche. Constitución de GDL en Bici como asociación civil. Búsqueda de mecanismos para incidir más en la televisión. |
| Comunidad Crece | Ser personas con experiencia en el trabajo en sectores populares, pobres. Ayudar a las mujeres para ayudarse a sí mismas. Identificación con los problemas de las mujeres. Capacidad de escucha. | Proyectos con las mujeres, sobre todo, talleres y con la niñez. Impulso a ludotecas. | Reivindicación del valor de la mujer en todos los terrenos. Empoderamiento de las mujeres. Desarrolló de acciones para el encuentro de la mujer consigo misma. Concientizar a las mujeres en lo político, y en su derecho a decidir sobre su propio cuerpo. Hacer ver que la iglesia no debe |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | involucrarse en las decisiones de la pareja. |
|--|--|--|--|

Tabla 10. Movimientos sociales: visión de conjunto de auto/atribución, pautas de acción y alternativas.

Aspectos que podemos rescatar de esta sistematización conjunta y parcial son los siguientes:

Se destaca cómo los problemas sobre los que sustentan su actuación los movimientos sociales todos son de carácter sectorial. Sólo dos tienen más proximidad temática, que son los de la construcción del llamado Puente Atirantado (CIC) y el de la vialidad urbana (GDL en Bici).

Cinco de los seis movimientos sociales reconocen como antagonistas, principalmente, al gobierno estatal y a los medios de comunicación, y después a las instituciones oficiales y a la iglesia católica. En estos dos casos se trata de dos movimientos ligados a mujeres y homosexuales. Aunque en el caso del primero de ellos no identifican como antagonista al gobierno, y centran su atención en el esposo como opositor. Al gobierno lo caracterizan más como dotador de servicios públicos e infraestructura urbana.

En los contra/símbolos dos son los que se repiten en los discursos de los dirigentes de los movimientos sociales: el automóvil y el dinero.

En el terreno de las dicotomías resalta que la mitad de los movimientos reconoce una sola dicotomía, en tanto que la otra mitad identifica más de una dicotomía. Es el movimiento dirigido a mujeres quien destaca más dicotomías, y de sentido más variado.

5.5.2 Atribuciones tipificadas al gobierno y a los medios de comunicación.

Considerando las atribuciones tipificadas que en forma de marcos (*frames*) los movimientos realizan hacia los dos actores antagonistas más mencionados (el gobierno y los medios de comunicación) encontramos que aunque son diversas las atribuciones que se hacen al gobierno desde los movimientos sociales se destacan las de incompetencia y autoritarismo, mientras que a los medios se les atribuyen tipificaciones sobre todo de indiferencia ante los problemas, manipuladores, creadores de estereotipos, y defensores de intereses económicos y políticos.

| Movimiento | Atribuciones tipificadas al gobierno | Atribuciones tipificadas a los medios de comunicación |
|---|--|--|
| Campamento Informativo Ciudadano | Incompetencia, falta de interés, actuar en función de intereses políticos y comportamiento de burla. | Indiferencia ante el problema, manipulación informativa, y responder a intereses económicos y políticos. |
| Tianguis Cultural | Corrupción, mediocridad, interés por el dinero, falta de atrevimiento para hacer obras y ausencia de voluntad. | Denigrantes y mal intencionados. A veces objetivos a veces despreciables; negociantes y manipuladores. |
| Colectivo Ecologista de Jalisco | Autoritarismo, centralización, antidemocracia, cerrazón, ausencia de políticas. | |
| Comité Lésbico Gay de Occidente | Invisibilizar a los organismos de la sociedad civil y visibilizar a los grupos conservadores. | Creadores de estereotipos, hacen un tratamiento informativo denigratorio, homofóbico y desigual, interesados en ganar audiencia. |
| GDL en Bici | Poco clara la política de participación ciudadana, y busca imponer. | No brindan cobertura informativa sobre el movimiento. |
| Comunidad Crece | | Creadores de estereotipos. |

Tabla 11. Dirigentes: atribuciones tipificadas al gobierno y a los medios de comunicación.

Ibarra, Gomá, González, Martí (2002: 52), sugieren un modelo que permite identificar del movimiento analizado la fase en que se encuentra en su desarrollo; el proceso desarrollado; y el impacto alcanzado. Bajo estas directrices se elaboró el siguiente cuadro, donde se presenta un diagnóstico inicial y aproximado sobre los movimientos analizados.

| Fase | Proceso | Impacto | Organización |
|-------------|--|---------------|--|
| Aparición | La movilización hace visible una demanda | Inaugural | CRECE CIC |
| Acceso | Miembros del movimiento son formalmente recibidos por las autoridades. | Procedimental | GDL en Bici CEJ Tianguis Cultural Colega |
| Agenda | Se admite una propuesta | Procedimental | GDL en Bici |
| Formulación | Se aprueba la norma legislativa | Procedimental | |
| Ejecución | Se ejecuta e implementa | Sustancial | |
| Impacto | Consecuencia de las medidas | Sustancial | |
| Estructural | El sistema cambia y mejora las posibilidades de influencia de los movimientos sociales | Sistémico | |

Tabla 12. Movimientos sociales: fase de desarrollo, proceso implicado e impacto.

Como se puede observar, la mayoría de los movimientos motivo de estudio se encuentran en la fase de acceso a la relación con las instituciones de gobierno y sus autoridades, que implica un impacto procedimental. Dos de ellas (CRECE y CIC) se ubican en la fase de aparición, donde apenas se hicieron visibles con una demanda, con un impacto inaugural. En tanto que ninguna de las organizaciones ha alcanzado las fases de formulación, ejecución, impacto y transformación estructural, que significaría el establecimiento de una legislación a manera de política pública, que se ejecute, que genere consecuencias y provoque un cambio en el sistema, favoreciendo el desarrollo de los movimientos en estos nuevos contextos sistémicos. Así, la eficacia política de estos movimientos radicaría en su capacidad de formular propuestas alternativas a las dominantes, respecto a los problemas; tener capacidad de convocar y movilizar a sectores de la población en torno a sus propuestas; y lograr transformaciones en función de los intereses colectivos a partir de su organización y movilización.

5.5.3 Enmarcamiento comunicativo (*communicative framing*) de *lo público* desde los movimientos sociales.

A partir del discurso emitido por los dirigentes de los movimientos sociales motivo de estudio, en el siguiente gráfico reconstruimos el sentido que le otorgan a *lo público*.

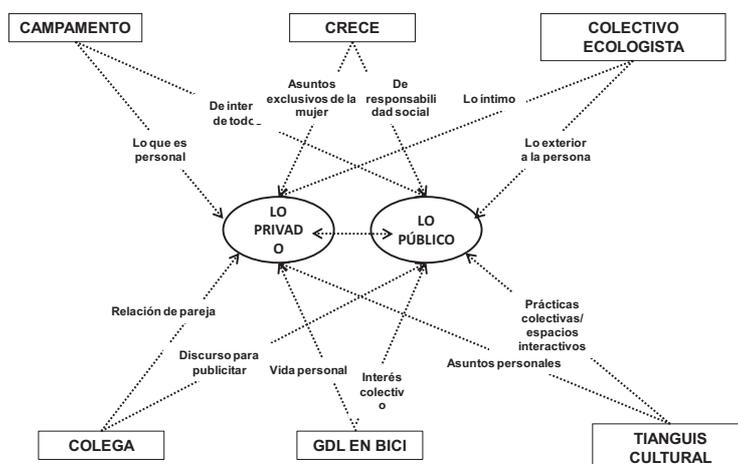


Figura 14. Dirigentes de movimientos sociales: *enmarcamiento comunicativo (communicative framing) de lo público y lo privado.*

Lo primero que resalta del *enmarcamiento (framing)* sobre *lo público*, que se trasluce a partir de lo expresado por los dirigentes de los movimientos sociales, es que en su totalidad lo consideran articulado a *lo privado* (“lo público y lo privado están totalmente ligados”, Tianguis Cultural; “eso privado, pues lo metes en la vitrina, lo metes en una vitrina con cristal, que todo el mundo ve hacia adentro... Tú crees que todo eso es privado, pero en verdad es público”, Colega; “sí creo que hay cosas que le tocan a la mujer decidir y que la sociedad tenemos que, como pues poner las condiciones para que ellas tengan la capacidad de decidir”, Crece; “desde la perspectiva ambiental, no existe una división entre lo público y privado”, CEJ). Otro aspecto a remarcar es que en conjunto colocan a los actores sociales como eje de los asuntos públicos (“espacio interactivo”, Tianguis Cultural; “donde tu vienes a manifestarte los beneficios que ha hecho por ti la bicicleta en tu uso diario”, GDL en Bici), y en su caso a la persona individual como constructora de los asuntos privados (“en lo privado cada quien tiene ciertas necesidades”, Tianguis Cultural; “cosas que las mujeres tienen el derecho de decidir”, Crece). *Lo privado* se ubica como aquello de competencia íntima, en tanto que *lo público* se enmarca y entiende como lo colectivo, lo de todos o que se da a conocer públicamente.

5.5.4 Enmarcamiento comunicativo (*communicative framing*) del ciudadano desde los movimientos sociales.

En la siguiente tabla se presenta una categorización de los rasgos fundamentales que cada uno de los dirigentes de los movimientos sociales asoció con el ser *ciudadano*. Se consideran como categorías la dimensión que se destaca de su definición, el eje en que se coloca ésta y el enfoque que se encuentra implícito en su caracterización.

| Movimiento | Características del ciudadano | Dimensión | Eje | Enfoque |
|---|--|--|--|--|
| Campamento Informativo Ciudadano | Capacidad para reconocer sus derechos y obligaciones al libre tránsito, a exigirle al gobierno políticas distintas. | Dimensión civil. Dimensión política. | Jurídico-político. Institucional. | Liberal. Republicano. |
| Tianguis Cultural | Asume una visión crítica, reclama sus derechos, se moviliza, reconoce que tiene obligaciones, es un agente político. Tiene que tener servicios públicos. Vota y puede ser votado. Tiene una visión de cambio social. | Dimensión civil. Dimensión política. | Jurídico-político. Socio/antropológico. Institucional. | Liberal. Republicano. |
| Colectivo Ecologista de Jalisco | Que cuenta con una dimensión ambiental. Que tiene una visión multidimensional económica, política, cultural, ambiental, legal, espiritual y artística. Con un quehacer consciente, comprometido y congruente. Que acepta y respeta la diversidad. Que sea un ciudadano integral. | Dimensión civil. Dimensión política. Dimensión económica Dimensión social. Dimensión cultural. | Socio/antropológico. | Republicano. Comunitario. |
| Comité Lésbico Gay de Occidente | Es una persona que ejerce una ciudadanía social y una ciudadanía sexual. Que involucra su derecho a la información para la salud sexual y reproductiva responsable. Que reclama el reconocimiento, la defensa y la conquista de sus derechos. Que construye una identidad homosexual y busca ejercer su ciudadanía en todos los ámbitos. | Dimensión civil. Dimensión social. Dimensión cultural. | Socio/antropológico. Institucional. | Liberal. Republicano. Comunitario. |

| | | | | |
|------------------------|--|---|--|------------------------------|
| GDL en Bici | Que decida que puede andar en bici, porque es lo que considera mejor. Que cuenta con una ciudad con todas las condiciones para transitar. | Dimensión social. | Jurídico/político. Socio/antropológico. | Liberal. Comunitario. |
| Comunidad Crece | Es una mujer consciente de las necesidades, carencias y virtudes del entorno territorial. Que tiene una disposición al trabajo y al servicio comunitario. Que tiene sentido crítico, motivación por la justicia, por la reivindicación de una situación más digna para los pobres. Que está organizada, tiene propuestas y participa en acciones colectivas. | Dimensión política. Dimensión social. Dimensión cultural. | Socio-antropológico. | Republicano. Comunitario. |

Tabla 13. Dirigentes: *enmarcamiento (framing)* del ciudadano.

Se puede identificar que las dimensiones privilegiadas que conforman el *enmarcamiento comunicativo (communicative framing)* sobre la ciudadanía por parte de los dirigentes de los movimientos sociales son la civil, la política y la social. Con lo que se consideran los derechos y las obligaciones, la participación en una comunidad política, el involucramiento en la toma de decisiones sobre asuntos económicos, la participación en la búsqueda del bienestar material y la convivencia en diversidad. La dimensión menos considerada fue la económica.

Por otro lado, es en el eje socio-antropológico en el que se sustentan la mayoría de los *enmarcamientos (framing)*. Lo que se podría interpretar en el sentido de que la mayoría de los movimientos involucran aspectos de identidad, conciencia, sentido de pertenencia y prácticas colectivas de ejercicio de sus derechos y obligaciones.

En tanto al nivel de los enfoques es el republicano el que prevalece. Esto implica el reconocimiento de una práctica de construcción ciudadana de carácter cívico, político y público en asuntos de la colectividad. Esto no necesariamente está claro en la mayoría de los entrevistados, aunque sí en el dirigente del CEJ.

Poniendo atención a cada uno de los movimientos en particular podemos distinguir que el Colectivo Ecologista de Jalisco es el que incorpora la mayor cantidad de dimensiones en su *enmarcamiento (framing)* de la ciudadanía, seguido por Colega y Crece. Es importante considerar esto si se toma en cuenta el tipo de problemática al que se dirige

cada una de estas organizaciones: ambiental, homosexual y mujeres. Lo que en una primera interpretación implicaría que la construcción de la ciudadanía desde el movimiento ambientalista que representa el CEJ se hace involucrando las dimensiones civil, política, económica, social y cultural.

Respecto al eje encontramos que el Tianguis Cultural es el movimiento que considera los tres ejes, jurídico-político, socio-antropológico e institucional, en su planteamiento de ciudadanía, lo que se traduce en involucrar el estatus legal, la identidad y pertenencia a la comunidad y su accionar respecto a las instituciones políticas locales.

5.5.5 Enmarcamiento comunicativo (*communicative framing*) de lo público/ciudadano en los movimientos sociales.

Una vez realizado este recorrido, podemos reconocer el sentido, que como parte de su *enmarcamiento (framing)*, los movimientos sociales le otorgan a *lo público/ciudadano*. *Lo público* son los asuntos exteriores a la persona, aquellos que son de interés y responsabilidad colectiva, y que implican prácticas conjuntas en espacios interactivos. *Lo ciudadano* es la forma concreta en que se expresa el tener un *enmarcamiento (framing)* caracterizado por una visión consciente, crítica y multidimensional sobre los asuntos públicos de su entorno; que involucra el asumir obligaciones y conquistar derechos en sentido amplio, hacer que éstos sean reconocidos, y colocarse en condiciones de reclamarlos y defenderlos; que implica mantener un compromiso de trabajo en y para los asuntos públicos de su comunidad, basado en el respeto a la diversidad, y la motivación por la justicia y el cambio social; y que toma forma en organizaciones, formas identitarias, propuestas y prácticas congruentes de movilización colectiva en los espacios públicos, erigiendo a los sujetos en agentes políticos de la vida pública.

5.6 Comparativo entre *enmarcamiento comunicativo (communicative framing)* de conductores de noticias y dirigentes de movimientos.

Enmarcamiento comunicativo (communicative framing) del problema. Destaca de este proceso de *enmarcamiento (framing)* que si bien los noticieros ponen acento en proyectar

información local (*Enfoques*: 88% en su cortinilla *GDL Noticias* 73.5%), dista mucho de haber una correspondencia entre lo que los conductores enmarcan como problemas reconocidos y los problemas que construyen como noticiables. Por ejemplo, hablan de carencia de infraestructura urbana y sólo le dedican el 5.8% de las notas en la cortinilla de entrada. Se refieren como problema a las desigualdades sociales y económicas, que a su decir se traducen en polarización social, y sin embargo no dedican ninguna nota inicial para abordar esta situación. De la misma manera los conductores señalan insistentemente que uno de los problemas significativos de la ZMG es la corrupción de los políticos, y sin embargo, no dedican un solo espacio para atender esta problemática. En los contenidos del cuerpo de los mismos noticieros analizados se puede reconocer una problemática enmarcada por los conductores: la seguridad. Esta es abordada en sus variantes de seguridad social-de salud-de desastres (*Enfoques*, 75.2%; *GDL Noticias*, 90.3%).

Estableciendo una comparación entre el *enmarcamiento* (*framing*) de los problemas de la ZMG que realizan los conductores de noticieros televisivos y los dirigentes de movimientos sociales locales, se pueden reconocer aspectos interesantes como los siguientes. Mientras que los conductores plantean problemas generales de la ciudad, identificados a partir de su trabajo periodístico, los dirigentes de movimientos ubican los problemas a partir de su intervención directa como activistas en sectores determinados, lo que les permite focalizar su *enmarcamiento* (*framing*) en aspectos muy específicos de la problemática de la sociedad tapatía. Por otro lado, resalta la manera en que una misma realidad como la construcción del puente atirantado, representa para los conductores una alternativa para el mejoramiento de la infraestructura urbana y la vialidad metropolitana, en tanto que para el CIC, GDL en Bici y el CEJ esta obra no representa una alternativa para el desarrollo urbano sustentable que se requiere. Así se puede notar también, que la invasión de vendedores del ayuntamiento de Guadalajara al Tianguis Cultural no representa un problema de interés noticioso para los conductores, en cambio para el dirigente de esta asociación civil, significa, en este momento, el obstáculo más importante para el desarrollo de este proyecto cultural. Tampoco en el *enmarcamiento* (*framing*) de los conductores se consideran como problemas el cambio climático, la contaminación, la deforestación y el saqueo de especies, que sí son contemplados por el CEJ. De la misma manera no hay mención por parte de los conductores de la problemática de las mujeres asociada a

violencia, hambre, desempleo y carencia de recursos económicos, ni a la problemática que enfrentan los homosexuales como la falta de respeto a la diversidad sexual, la salud sexual, la represión, la discriminación y el rechazo.

Estableciendo un comparativo entre el *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) del problema que realizan los movimientos sociales y el que hacen los conductores televisivos encontramos una sola coincidencia de éstos con los primeros, y es con GDL en Bici y el CIC, que identifican como problema la vialidad, aunque entendido de manera diferente y desde posiciones distintas. En el *enmarcamiento* (*framing*) que hacen los conductores no figuran los problemas asociados a las mujeres, los homosexuales, la ecología, los espacios culturales ni el puente atirantado.

Enmarcamiento comunicativo (communicative framing) del antagonista. En este mismo sentido encontramos que en el *enmarcamiento* (*communicative framing*) de los conductores se identificó como antagonista a los gobernantes, políticos, funcionarios, malos maestros, movimientos beligerantes y personas pasivas. Contrariamente a lo identificado como sujetos antagonistas, en los noticieros estudiados se privilegió la publicitación de los sujetos asociados a la esfera estatal (*Enfoques*, 49.8% y *GDL Noticias* 24.7%). En tanto que la población fue mostrada en *Enfoques* como afectados, vulnerables o muertos (14.5%) en las noticias en *GDL Noticias* se hizo en su modalidad de individuo, delincuente, afectado y profesionista (44.7%). Cuando se les ha dado espacio a sectores opositores estos son colocados en *enmarcamientos* (*framing*) como “movimientos beligerantes”, tal como lo califica el conductor de noticias de C7. Estos datos evidencian que la población sí está presente en los noticieros, pero asociada a una valoración negativa. Pareciera que la ausencia de la ciudadanía estuviera justificada por la adjetivación negativa que los mismos conductores hacen de la población de la ZMG como falta de educación, apática, desinteresada, deshumanizada, desunida y costumbrista. Esto da cuenta de que los propios sujetos considerados como responsables de los problemas que afectan a la población son al mismo tiempo los más publicitados en las noticias.

Comparando este *enmarcamiento* (*framing*) de los antagonistas por parte de los conductores noticiosos con el que realizaron los dirigentes sociales encontramos lo siguiente. Existe una coincidencia entre conductores y dirigentes, que consideraron que el antagonista dentro de los problemas que afectan a la sociedad tapatía son el gobierno, sus

funcionarios y sus instituciones; a políticos y a partidos políticos. También hay concordancia entre algunos conductores y ciertos dirigentes en el sentido de identificar como antagonista a aquellos sectores ciudadanos que se mantienen pasivos ante la problemática. Una primera diferencia radica en que los dirigentes de los movimientos sociales reconocen como antagonista a empresarios de diferente índole. Una segunda diferencia es que los dirigentes sociales consideran antagonistas a instituciones como la iglesia católica y la familia conservadora, en tanto que los conductores otorgan su reconocimiento y dotan de espacio noticioso a la jerarquía eclesiástica e insisten en resaltar la importancia de la familia tradicional. Sin embargo, una diferencia sustancial en este *enmarcamiento (framing)* de los actores antagonista se encuentra en el hecho de que el total de los dirigentes entrevistados consideraron a los medios de comunicación como un antagonista. En correspondencia a esto, uno de los conductores consideró a los movimientos sociales de igual forma, como antagonistas.

Enmarcamiento comunicativo (communicative framing) de lo público/ciudadano. Lo primero que se destaca en los *enmarcamiento (framing)* que sobre *lo público* realizan los conductores y los dirigentes de los movimientos es que existen diferentes *marcos (frames)* sobre esta noción. Y aunque de entrada, en el *enmarcamiento (framing)* que sobre *lo público* realizan, encontramos similitud en el sentido en que ambos asocian *lo público* con asuntos de interés colectivo, lo que es necesario dilucidar en este nivel es qué se entiende por *interés colectivo* desde cada uno de los actores; a quién se considera constructor y portador de este tipo de *interés*; y de qué manera se objetiva dicho interés. Para los conductores el *interés colectivo* es el interés de la sociedad mediada por el gobierno, sus funcionarios y sus instituciones, es *lo público/gubernamental*. Este *marco (frame)* es el dominante en el campo de la información. Para los dirigentes de los movimientos, el interés colectivo es el interés que compete a la sociedad mediada por la acción de los ciudadanos, es *lo público/ciudadano*. Este *marco (frame)* es el que se cumple el rol subordinado. Por otro lado, para los conductores, *lo público* se objetiva en información noticiosa y políticas públicas, donde sus constructores son los periodistas y los políticos; mientras que para los dirigentes la objetivación se concreta en las manifestaciones ciudadanas, en escenarios públicos, y también en las políticas públicas donde los movimientos tengan incidencia, sus constructores entonces serían las organizaciones y movimientos ciudadanos y los políticos

capaces de incorporar en sus políticas públicas las propuestas provenientes de la sociedad civil.

La construcción de *lo público* tanto desde los noticieros como desde los movimientos tiene repercusiones en el terreno de lo social. Una construcción de *lo público* pensado como *público/gubernamental* desde los noticieros, genera *marcos (frames)*, espacios e interacciones en las diferentes esferas de la sociedad, de manera distinta que *lo público* enmarcado como *lo público/ciudadano*. Mientras que uno fortalece el proyecto de razón dominante en el campo de la información, de ganancia capitalista, el otro busca fortalecer un proyecto emergente, de participación ciudadana y de redes entrelazadas en la esfera pública. De la misma manera que en parte *lo público* proviene de *lo social/estructural*, asimismo tiene repercusiones en este nivel. Asimismo, *lo público* se articula con la comunicación que se desarrolla desde los noticieros y los movimientos sociales, cada uno de los agentes utilizando sus propios medios, lenguajes, formatos, recursos, contenidos y propósitos; comunicación que sirve para construir y reproducir los *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* desde posturas bien sea de dominación, resistencia o alternancia comunicativa.

Dos diferencias más en el *enmarcamiento (framing)* de *lo público* se encuentra, sobre todo, en el hecho de que mientras los conductores de noticieros son profesionales de la información, los dirigentes de movimientos sociales son participantes voluntarios; los primeros cuentan con paga para desempeñar su trabajo de tiempo completo, mientras que los otros alternan su participación política con otras actividades. Por otro lado, para los dirigentes de los movimientos sociales el atender los asuntos colectivos requiere de prácticas conjuntas de individuos en espacios interactivos, en tanto que para los conductores esto se traduce en una labor informativa, que si bien incluye la acción compartida y la interacción con otros actores sociales en el espacio mediático, estas relaciones son de carácter laboral.

Otra de las grandes diferencias se encuentra en la manera en que conductores y dirigentes vinculan el nivel de *lo público* con el de *lo privado*. Los movimientos sociales enmarcan *lo privado* como asuntos íntimos y particulares, de la vida personal de los individuos y, en la mayoría de los casos, reconocen que se encuentra completamente articulado a *lo público*, considerando que esto se construye desde *lo público* y, por tanto, lo

contiene. Los conductores televisivos también enmarcan *lo privado* con lo personal, además que también lo vinculan con *lo público*, pero con *lo público-informativo*. Esto les lleva a asociar *lo privado* con la información que provoca morbo, pero que les permite vender, atraer audiencias y generar *rating*. De esa manera, podemos encontrar una lógica en su enmarcamiento (*framing*) de *lo público* a partir de lo que los conductores consideran “necesidades sociales” que requieren ser informadas, y el tratamiento “morbo” de los asuntos públicos o de los asuntos privados que son convertidos en públicos a través de la pantalla, con el fin de satisfacer sus intereses empresariales como medio. Así, la tensión entre *público* y *privado* se manifiesta de dos formas: publicitación de *lo privado* y privatización de *lo público* en los noticieros; además de un intento de visibilización de *lo público* desde los movimientos sociales. Aunque, cabe decir, en contextos de privatización de la vida económica, social, política y cultural, la resolución de esta tensión ha favorecido la lógica de tratamiento de *lo público/privado* desde los noticieros, que favorece a la postura dominante.

Es necesario considerar que estos diferentes *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) sobre *lo público* y *lo privado* responden a posiciones estructurales asimétricas de conductores y dirigentes, que dependen del capital informativo simbólico acumulado, la postura en el campo social informativo y las relaciones de fuerza que mantienen respecto a los otros agentes. Los primeros se posicionan como sujetos de poder en el escenario de los medios, en tanto que los segundos se ubican como sujetos de poder en los escenarios públicos, pero en posición subordinada. Y aunque ambos tipos de actores no mantengan por el momento una disputa evidente por la definición de *lo público*, este conflicto sí existe en el terreno simbólico-ideológico-discursivo que toma cuerpo en *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*), que no sólo es una forma de representación para sí de los actores, sino una manera de legitimar las posiciones propias y deslegitimar las otras representaciones y sus *enmarcamientos* (*framing*), y una guía de acción práctica de los conductores y los dirigentes de movimientos sociales. En el terreno práctico tanto los conductores como los dirigentes de los movimientos sociales buscan legitimar los propios *enmarcamientos* (*framing*) sobre *lo público* y des-legitimar los *enmarcamientos* (*framing*) de los otros. Esta acción no es privativa de los conductores televisivos, también se desarrolla desde los movimientos sociales.

Respecto a la aproximación empírica sobre la dimensión de *lo ciudadano*, podemos decir que ésta permitió entender la ventaja de utilizar esta noción como una herramienta más propicia para comprender las diferentes expresiones en que la ciudadanía adquiere concreción. Tanto a los conductores como a los dirigentes de los movimientos sociales se les debe considerar como ciudadanos, aunque de diferente tipo: a ambos se les puede definir como individuos formalmente libres e iguales, además de agentes sociales con características históricas específicas; sin embargo, la diferencia entre ellos radica, de entrada, en las tareas que desarrollan desde ese *ser ciudadanos* en busca de construcción de ciudadanía. Los conductores no actúan con base en prácticas emancipatorias, sino buscando un beneficio empresarial propio; los dirigentes de los movimientos sociales sí lo hacen, con la finalidad explícita de buscar el bien común. Destaca también la manera en que tanto conductores como dirigentes definen la *ciudadanía* en su nivel liberal-civil-jurídico/político, que es el más elemental, lo que evidencia por una lado el estado real que guarda en la sociedad tapatía la construcción de ciudadanía, y por el otro, la visión que mantienen uno y otro actor social de una ciudadanía definida desde las instituciones del Estado y de respeto a su legalidad. A esto se agrega una caracterización que se hace desde ambos frentes, como una población apática y tradicionalista, lo que coloca al individuo en una situación de “primitivismo ciudadano”. Con base en esta definición, tanto los conductores como la mayoría de los dirigentes definen sus respectivas tareas: los primeros, “educar” a la población en los valores cívicos y de interés comunitario y político; y segundos, “concientizar” a las personas sobre sus derechos y la necesidad de interesarse y participar, poniendo acento en la dimensión política y cultural de la ciudadanía, todo esto marcado por una visión de progresión lineal, que queda integrado a las características del *enmarcamiento comunicativo*.

En el nivel del *enmarcamiento (framing)* del *ciudadano* encontramos que mientras que en los dirigentes de los movimientos sociales se puede reconocer las dimensiones civil, política y social, los conductores televisivos destacan sobre todo la dimensión civil. En el caso de los ejes sobre los que se sostiene el *marco (frame)* de cada uno de los actores, se identificó que el eje privilegiado por los movimientos sociales es el socio/antropológico, mientras que en los conductores se da prioridad al eje jurídico/político. Tratándose de los enfoques vemos que en ambos casos se destaca un enfoque de tipo republicano. Sobre esto

podemos sugerir una lectura de que los conductores televisivos colocan prioritariamente el aspecto del estatus ciudadano en el terreno de derechos y obligaciones, mientras que los dirigentes de los movimientos sociales involucran lo civil, pero acompañado de aspectos de participación social y política de los individuos. Esta postura de *enmarcamiento* (*framing*) de los conductores televisivos se ve reforzada por el eje jurídico/político que encuentra correspondencia con la dimensión civil a la que el dan primacía. En tanto que los dirigentes de los movimientos sociales trasladan su interés al eje de la cultura y la participación social. Esto se explica, en parte, por las propias características de los escenarios en que se desenvuelven cada uno de estos agentes y por las prácticas que desarrollan. Lo interesante es que finalmente el enfoque en que se coloca el *enmarcamiento* (*framing*) de ambos actores es similar, en el sentido de destacar la parte institucional y de participación cívica de las personas.

Estas características se traducen en un perfil de ciudadano construido desde cada *enmarcamiento* (*framing*). Para los movimientos sociales las características fundamentales del ciudadano se relacionan sobre todo con asumir posturas críticas y abarcadoras sobre los asuntos públicos y desarrollar una participación colectiva en busca de justicia y transformaciones sociales. En cambio, para los conductores televisivos el ciudadano que participe en los asuntos de interés general ha de ser culto, educado y respetuoso de la legalidad. Así, mientras que *lo público/ciudadano* es para los dirigentes de los movimientos sociales un escenario de acción para establecimiento, defensa, ampliación de los derechos de los ciudadanos en vías del cambio social; para los conductores de noticieros televisivos es una fuente de información susceptible de ser publicitado, siempre y cuando se respete la legalidad.

Enmarcamiento comunicativo (communicative framing) de símbolos, contra/símbolos y dicotomías. Al nivel de símbolos encontramos que sólo cuatro de los once conductores entrevistados (36.3%) posicionó un símbolo en su *enmarcamiento* (*framing*), en su modalidad de símbolos-objetos (“libros”), símbolos-personas (“luchadores comunitarios y políticos honestos”), símbolos-escenarios (“la ciudad”), símbolo-entidad abstracta (“sociedad activa”) y símbolos-elementos culturales (“identidad”). Paradójicamente ninguno de estos símbolos asociados a una mejor sociedad tapatía es considerado como elementos de publicitación en los noticieros analizados.

Se destaca también la mayor coincidencia se da entre los diferentes movimientos sociales al nivel de símbolos, contra/símbolos y dicotomías, contrariamente a lo que ocurre entre los conductores de los noticieros televisivos. Claro, guardando las debidas proporciones entre dos actores sociales que poseen un carácter distinto. Por ejemplo, entre los dirigentes de movimientos sociales se destacan también objetos con sentido renovado. Mientras que los conductores identifican al “libro” con conocimiento y educación, de parte de los movimientos sociales se considera a la “bicicleta” como un símbolo de otra movilidad, más democrática y amigable. A los “valores” en general y al valor de “honestidad” en particular, reconocido como símbolo por los conductores, los dirigentes de los movimientos sociales asignan una función simbólica (de estructuración cognitiva, sistema de clasificación y creación de una adscripción identitaria), a otro tipo de valores como la “diversidad”, la “convivencia”, “biodiversidad”, la “autoestima” y la “dignidad” (en particular de las mujeres), asociados a un contexto de multiculturalidad. Destaca también la diferencia en que dirigentes de movimientos sociales consideran al “cuerpo” y los “lugares de encuentro *gay*” como micro y *meso* espacios de apropiación simbólica.

Los contra/símbolos enmarcados por los conductores de noticieros fueron la “violencia”, que al mismo tiempo es algo característico de sus notas informativas; “funcionarios”, que son los más publicitados en su espacios informativos; la “mala educación”, que no encuentra su contraparte en una información noticiosa con contenido y tratamiento educativo; “mujer filicida”, descontextualizando socialmente su accionar; “tecnología”, considerada en sí misma como negativa; y “conservadurismo”, desresponsabilizándose como medio de dicho estado, si es que éste existiera tal situación.

Comparativamente, tanto conductores de noticias como dirigentes de movimientos coinciden en enmarcar a la “violencia” como un contra/símbolo. Donde radica su diferencia es en el origen que cada uno de estos agentes le asigna a dicho aspecto. Más allá de lo cual, los dirigentes de movimientos sociales identifican contra/símbolos muy acordes con su postura ideológica y su actuar práctico: “el automóvil”, “el dinero” y el “catecismo católico”.

El *enmarcamiento* (*framing*) de las dicotomías es colocado por los conductores en varios ámbitos: en el de los medios de comunicación, a partir de una dicotomía entre sujetos (periodistas/gobernantes y periodistas/funcionarios) o entre prácticas

(autocensura/libertad de expresión); en el del Estado (políticos ladrones/políticos honestos); en el de la relación sociopolítica (sociedad/funcionarios); en el de la estructura social (pobreza/riqueza); en el del capital cultural acumulado (educación/ignorancia); en el de la relación entre lo emergente y lo residual (tecnología/libro); y en el de la actitud y el método (beligerancia/tolerancia). En tanto, los dirigentes de movimientos sociales identifican las dicotomías (oposiciones lógicas, que operan como antagonismo en la estructura social) en el terreno donde las experimentan en cada sector de intervención: automotor/bicicleta, jóvenes artesanos/vendedores del ayuntamiento, desarrollo sustentable/deterioro ambiental y alimentación orgánica/alimentación industrializada, homosexual/sociedad represiva y discriminatoria, aislamiento/socialización y empoderamiento/des-empoderamiento, por ejemplo.

5.7 Auto/atribuciones de *los medios* y tipificaciones desde los movimientos sociales.

Comparando el *enmarcamiento* (*framing*) de las auto/atribuciones que los conductores de noticieros televisivos entrevistados hacen de los medios de comunicación y las atribuciones tipificadas que sobre estos mismos medios enmarcan los dirigentes de movimientos sociales se encontraron cuestiones como las siguientes. Los conductores, como parte de los medios, los autodefinieron como medios autónomos, con apertura para informar con base en un ejercicio de libertad de expresión, buscando defender la verdad con sustento en hechos y argumentos. Medios que los conductores autocalificaron como imparciales, honestos, respetuosos y entregados; que dan su lugar a todos los actores sociales, pero que tienen el poder, la relevancia e influencia para construir o destruirlos. Medios que sin manejar el sensacionalismo se apoyan en imágenes para fijar el qué y cuánta información transmitir, y cuándo hacerlo, desde la postura de la empresa que se trate. Medios que se auto atribuyeron las funciones de divertir, educar e informar; y que cuentan con la sensibilidad y el compromiso social para contribuir en la formación de una sociedad más informada, lo que dicen, les hace ser medios con credibilidad.

Auto/atribuciones de los dirigentes de los movimientos sociales y tipificación de los medios. Los dirigentes de los movimientos sociales construyen auto/tipificaciones que pueden reconocerse como parte de su *enmarcamiento comunicativo* (*communicative*

framing): se definen como parte del pueblo criminalizado y vulnerable; y como ser resistentes, alternativos, politizados, conscientes, participativos, constructores, congruentes, diversos y con identidad. Por otro lado, y contrariamente a lo dicho por los conductores televisivos, los dirigentes de los movimientos construyeron *enmarcamiento* (*framing*) de los medios bajo criterios que llevaron a considerarlos como medios que responden a intereses económicos y políticos, que los convierte en medios negociantes e interesados en ganar audiencias. Son medios que se mantienen indiferentes ante los problemas de la sociedad, y desarrollan un trato informativo desigual y malintencionado, lo que les conduce a no brindar cobertura informativa sobre los movimientos sociales. De la misma manera, consideraron que son medios que efectúan una manipulación informativa, y que cuando lo hacen crean estereotipos y favorecen un trato denigratorio de los actores de los movimientos sociales. Comparativamente esta es la evaluación de medios y dirigentes.

5.8 La dimensión identitaria de los *enmarcamientos* de conductores y dirigentes.

Podemos reconocer que los *enmarcamientos* (*framing*) son estrategias útiles para construir identidad, tanto para conductores televisivos como para dirigentes de movimientos sociales. Si se parte del presupuesto de que cultura e identidad son conceptos históricamente indisociables (Giménez, 2007), entonces se entenderá que conformar *enmarcamientos* (*framing*) es una modalidad de construir cultura, esto es de repertorios organizados e interiorizados de significaciones compartidos/duraderos/cambiantes, que permiten operativizar una de las funciones de la identidad, que es delimitar fronteras entre el nosotros (conductores o dirigentes) y los otros (dirigentes o conductores) y posibilita el contrastarse entre ellos. Los repertorios de significados culturales necesitan objetivarse para ser reconocidos. Los repertorios compartidos de los conductores televisivos se objetivan en sus noticieros y los de los dirigentes de los movimientos sociales en sus prácticas movilizadoras. Los procesos de enmarcamiento (*framing*) mantienen con las relaciones sociales y la identidad un vínculo recursivo: desde los *enmarcamientos* (*framing*) se construyen tanto la identidad y las relaciones que hace a los *enmarcamientos* (*framing*) y a las relaciones. En este sentido se puede entender que la identidad que se construye desde los noticieros y desde los movimientos se hace desde actores sociales situados, interactivos

que construyen su identidad de manera relacional siempre respecto a los otros, los diferentes a sí mismos, y definiendo proyectivamente lo que quieren ser y conseguir a futuro. Los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) son útiles para esta tarea.

5.9 Una primera lectura interpretativa: razón dominante y razón cosmopolita.

Como señalamos al principio de este trabajo, la razón dominante es aquella que se autoerige como referente legítimo, y exclusivo para entender y vivir el mundo; es un modelo de razón que busca el orden, la linealidad, la dicotomía y la fragmentación, y excluye cualquier otro tipo de razón. En tanto que la razón cosmopolita es un modelo de razón alternativo, contrario al modelo dominante, que se basa en criterios de coexistencia de múltiples totalidades, de visibilización de realidades ausentadas y de extensión del presente y contracción del futuro. Tanto la razón dominante como la cosmopolita se encuentran en la base de los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) de conductores de noticias televisivas y de los dirigentes de los movimientos sociales.

Es así, que una vez realizado este recorrido, podemos destacar la manera en que la visión de razón dominante se encuentra presente en los *enmarcamientos* (*framing*) de los conductores televisivos que conciben a los hechos y sus actores exclusivamente bajo criterios noticiosos y noticiables, desde donde se define lo que, para ellos, es legítimo y lo que no lo es. Desde ahí piensan la realidad bajo premisas de orden informativo-empresarial, actuando en correspondencia con la racionalidad dominante. En el terreno de la temporalidad, los conductores se posicionan desde la idea del tiempo lineal que busca contraer el presente de los hechos para hacer de la realidad, a través de la noticia, un instante huidizo. Todo lo que quede fuera de esta lógica en la práctica es definido como no noticiable. Bajo esta premisa, las expresiones de los movimientos sociales se piensan como anomalía, desorden, como parte desintegrada a la realidad que se construye como acontecimiento noticioso. Los movimientos sociales, para los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) dominantes representan la ignorancia respecto a la lógica de los medios, los tiempos, espacios y recursos noticiosos, por eso son considerados también residuales como objeto de noticia; inferiores a la lógica política dominante y el

propio proyecto dominante, además de improductivos, en la medida que no producen las ganancias en audiencias y en patrocinadores. Las propias dicotomías que establecen los conductores se fundamentan en esa perspectiva dominante de construcción de la noticia. Son dicotomías que se des-historizan. Esto hace que sus componentes aparezcan descontextualizados de las clases, el género, las preferencias sexuales y las bases estructurales de campo y culturales (de disputa simbólica) desde donde emergen. Así, lo que estas dicotomías muestran son las diferencias pero no las bases de su desigualdad real y representada, las cuales quedan invisibilizadas.

Por lo que se pudo observar en los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) realizados por los dirigentes de los movimientos sociales existe un riesgo real de que la razón dominante permee sus construcciones discursivas en tanto que se reconocen tendencias en algunos de sus ellos de buscar oponer a la visión dominante una *visión otra*, con aspiraciones de dominación a la inversa, fundamentada en procesos de *otra razón única*, con des-historización de los medios, los noticieros y las noticias (colocados fuera del tiempo-espacio), y con otras formas de jerarquización que se traduce en exclusión y des-acreditación de los medios (los medios abajo, los movimientos y la autocomunicación de masas/*Facebook*, arriba), sin recorrer el camino de la superación crítica (comprensión crítica de lo propio y lo ajeno). Con lo que podemos reconocer que el intento desde algunos movimientos de establecer una “inexistencia de los medios”, una negación de su importancia, proviene también una tendencia que resulta de una construcción histórico-social, activamente producida.

Otra forma de *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) respecto a los medios y sus noticieros televisivos sería hacerlo desde una razón cosmopolita, con base en una ecología reconstructiva de saberes donde los noticieros televisivos fueran considerados no como “el espacio informativo por antonomasia, sino una totalidad más, en coexistencia con otras totalidades entre las que se encuentren los propios espacios informativos de los movimientos sociales, en su modalidad de auto/comunicación, por ejemplo; y donde el conjunto de noticieros fueran colocados en una lógica de pluralidad, parcialidad, competición equitativa y contextualización. Para lo que se requiere condiciones históricas diferentes a las actuales.

Desde este otro tipo de razón es que los movimientos sociales tendrían la tarea inicial, pendiente aún, de identificar, en el campo de la información, el conjunto de condiciones y lógicas, que hacen que los medios y los noticieros televisivos constriñan las experiencias sociales, colocando fuera aquellas representadas por los movimientos de mujeres, homosexuales, ecologistas, trabajadores de la cultura y de ciertos sectores, que aspiran a una ciudad más amable y a una vida más justa y libre. Esta tarea también implicaría confrontar las experiencias propias en el terreno de la comunicación, con las formas de comunicación hegemónicas, identificando sus semejanzas y diferencias respecto a ellas, además de repetir esta labor con otras formas de comunicación igualmente alternativas⁶.

Sobre esta base, esta tarea se extendería a la de construir estrategias que favorecieran otros criterios de validez informativa, donde se muestre que otras modalidades de información noticiosa no solamente son posibles, sino también históricamente necesarias, como horizontes futuros plurales y utópicamente concretos, que se construyen en el presente, desde dentro y desde fuera de los medios.

Estas otras maneras de construir y difundir información serían alternativas no sólo por los medios que se utilicen, sino por los procesos de *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) que involucre para la selección de hechos, los criterios de noticiabilidad en su selección, y la producción y la difusión de las noticias. Estas alternativas informativas mediáticas abrirían la posibilidad de reconocer otras experiencias, saberes y creencias, diferentes pero colocadas en condiciones de igualdad, y que se constituyan en anticipaciones de otras formas de convivencia social, con existencia real o con potencialidades por germinar. Estas *otras* formas de información serían una manifestación de una ecología de las productividades y difusiones noticiosas con base en criterios de solidaridad, democracia, sustentabilidad, equidad y pluralidad. Y aunque ya existan otras experiencias en marcha, sobre todo en radios comunitarias en México, lo cierto es que en televisión todavía está por construirse un proyecto con estas características. No se trata sólo de buenos deseos, sino de construir las condiciones en el campo de la información para modificar las relaciones de fuerza a favor de los movimientos sociales,

⁶ Plantea Bourdieu lo siguiente: “Las estrategias más eficaces son las que llevan a la mayoría silenciosa a descubrir y a mostrar su fuerza colectiva a través de acciones relativamente banales y poco arriesgadas, pero que producirán un inmenso efecto simbólico, en primer lugar, en aquellos que las llevan a cabo y también en aquellos contra quienes van dirigidas, si se llevan a cabo a la vez por un gran número de personas puestas de acuerdo” (2002:391).

que sólo puede hacerse, entre otras cosas, con nuevos *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*), distintos a los de la racionalidad dominante, pero también diferentes a los que orientan las acciones de los actuales movimientos sociales.

Después de haber hecho este recorrido investigativo fue necesario desarrollar la tarea de identificar lo descubierto y de formular las reflexiones que se han construido a partir de la inmersión en esta realidad de estudio.

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

“La aspiración última es demasiado humana, una aspiración que designo por normalidad avanzada: la aspiración de vivir en tiempos, normales, o sea, tiempos cuya normalidad no derive, como sucede ahora, de la naturalización de la anormalidad”
(Boaventura Santos).

El cierre de un recorrido siempre es parcial, porque es conclusión al mismo tiempo que inicio. En este apartado del trabajo presentamos las reflexiones que se desprendieron del conjunto de esta investigación. Aquí se busca mostrar el significado de las aproximaciones realizadas, los hallazgos concretados y las nuevas rutas que se abren a partir de este arribo. No son palabras de verdad definitiva, sino consideraciones que sistemáticamente se han tratado de recuperar buscando ponerlas en un escenario de diálogo, de certezas parciales y relativas, y de una vastedad de incertidumbres que convocan a otros esfuerzos investigativos.

Aspectos que se abordan en esta discusión final son las reflexiones que resultan respecto a la manera en que teórica y metodológicamente se planteó esta investigación, y hallazgos y reflexiones finales generales sobre los noticieros televisivos, los conductores televisivos y los movimientos sociales locales; sobre la disputa en la construcción de *lo público/ciudadano*; la visibilización/invisibilización de *lo público/ciudadano* en los *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)*; y el papel de los noticieros y movimientos sociales en la construcción y des-construcción de la esfera pública. También consideramos reflexiones finales sobre la construcción y la forma de operación de dichos *enmarcamientos (communicative framing)*; la relación entre movimientos y noticieros; y la construcción recursiva que se desarrolla a partir de esta disputa sobre *lo público/ciudadano*. Además de esbozar una visión proyectiva sobre una construcción noticiosa diferente; y una ciudadanía comunicativa posible y necesaria.

6.1 Hallazgos y reflexiones sobre el nivel teórico-metodológico del estudio.

Fue importante seleccionar una problemática de investigación desde la que se enfocaron aspectos de la realidad procedentes de diferentes esferas de la realidad articulados en un solo objeto de estudio. Lo que justificó el uso, inicial, de un tratamiento

multidisciplinar y la aproximación a un abordaje interdisciplinar, manteniendo en todo momento a la comunicación como eje fundamental de estructuración de la mirada analítica crítica.

Resultó conveniente el haber puesto acento en la definición de una epistemología de carácter cosmopolita, como una forma de fundamentación crítica a la epistemología de la razón dominante en este tipo de estudios, lo que permitió superar las visiones dicotómicas, de temporalidad lineal, de escala única, de instrumentalismo y de racionalidad económica. Esto fue importante porque marcó la pauta para la toma de postura teórica, con la que se consiguió trabajar en el “límite” entre una postura estructuralista y construccionista. En este terreno fue esencial la decisión de construir un objeto teórico basado en una triada de perspectivas: la sociología reflexiva, la sociología interpretativa y los estudios socioculturales. El contar con una base teórica como ésta, permitió dar un manejo dialéctico a las relaciones entre estructura e intersubjetividad; el poder hacer una construcción de categorías analíticas pertinentes al estudio; y el dimensionar el peso de la comunicación como enfoque rector en el trabajo.

La dimensión comunicativa del estudio se diseñó desde una perspectiva que partió del presupuesto de que no es el objeto de estudio en sí mismo el que le otorga el carácter comunicativo a una investigación, sino que esto resulta de un tratamiento comunicativo a lo largo del conjunto del proceso. Fue así que en este trabajo la comunicación se entendió como un eje analítico que permitió permear el conjunto de aproximaciones a *lo público/ciudadano*, a los noticieros televisivos y a los movimientos sociales. Lo comunicativo se entendió en su articulación de elementos, fases y niveles. Cada componente particular se consideró en su punto de articulación total con los otros. Entonces no fue un estudio de las noticias (mensaje), ni de los conductores (emisores), ni de las audiencias en movimiento (receptores), ni de la televisión (medio) o los noticieros (formato), sino una investigación que incorporó de manera articulada el conjunto de estos elementos en su mutua determinación.

Como resultado de los avances del trabajo de conceptualización y de aproximación empírica a la realidad de estudio, fue que se construyó la formulación de *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*), desde la cual pretendimos dar cuenta de la incorporación en su modalidad de síntesis conceptual de la dimensión contextual y

cognitiva de los procesos de enmarcamiento (*framing*) y de la ubicación de este proceso en el terreno de la comunicación al nivel de los conductores televisivos y las noticias transmitidas, y de los dirigentes de movimientos sociales. En esta tarea fue fundamental recuperar el concepto de *habitus* proporcionado por las reflexiones de Pierre Bourdieu. En el concepto de *enmarcamiento* (*framing*) encontramos una vía de recuperación operacional del planteamiento de los dispositivos realizado por dicho autor.

El propio objeto teórico que se construyó, posibilitó la realización de trazos para diseñar recorridos metodológicos específicos, que dieron respuesta a las exigencias que puntualmente fue planteando la investigación. No existió a lo largo del trabajo una sola aproximación lineal al objeto de estudio, sino más bien aproximaciones desiguales y combinadas, que fueron las que favorecieron acercamientos, distanciamientos y regresos cualitativos a la comprensión de las interrogantes planteadas por la realidad de estudio y a la búsqueda de sus respuestas. Y esto no fue sólo resultado de procesos lógicos inmanentes, sino también resultado en las modificaciones dinámicas operadas de manera objetiva en los aspectos de la realidad estudiada.

En el estudio la contextualización se entendió no como un marco general externo a los elementos de la realidad de estudio, sino como dimensión presente en ella. Esto permitió reconocer la presencia de lo general (el contexto) en lo particular (el objeto de estudio) y la manera en que éste da cuerpo al contexto, como proceso dialécticamente construido. Pero la contextualización no se entendió solamente como ubicaciones lógico-metodológicas de los componentes de la investigación, sino como un proceso enraizado y justificado por la misma historicidad que caracteriza a los diferentes aspectos contemplados como realidad de estudio. De esta forma las globalizaciones no aparecieron como procesos externos a fenómenos locales como los contenidos de los noticieros televisivos; ni las manifestaciones sociales ocurridas internacionalmente se mostraron sólo como acompañantes de las acciones de los movimientos sociales locales.

Concluimos, asimismo, que *lo público/ciudadano* fue una formulación que cumplió la función de ser una eje articulador del conjunto de la investigación, Esta función la pudo cumplir en la medida que se logró superar la relación dicotómica a partir de la cual se le ha vinculado tradicionalmente a *lo privado*, y con esta medida se abrió la posibilidad de pensar ambas dimensiones bajo criterio fronterizo, de límite. Sobre esta base, se pudo también

trabajar *lo público* en su relación con *lo ciudadano*, y esta dimensión con los contenidos noticiosos televisivos y los propósitos y carácter de la acción de los movimientos sociales. Sobre la base de *lo público/ciudadano*, entendido de esta manera, fue también posible identificar el sentido construido desde los *marcos*, los *procesos de enmarcamiento (framing)* y los sentidos comunicativos de los *enmarcamientos (framing)*.

6.2 Hallazgos y reflexiones finales sobre los noticieros televisivos.

En esta investigación, uno de los aspectos a los que se otorgó importancia fue a los noticieros televisivos, en tanto referente empírico fundamental. Un primer hallazgo en este terreno consistió en reafirmar que la televisión, dadas sus diferentes plataformas, diversificación, descentralización, potencia de transmisión, y el consumo por las audiencias, sigue siendo el principal medio de comunicación informativo en la sociedad tapatía.

La relevancia de la televisión posibilita que cada vez se destaque más el que esta sociedad comience a observarse a través de la pantalla televisiva, de sus lenguajes, formatos y narrativas. Paralelamente, lo que se entendía por *lo privado* y *lo público* comienza a reconfigurarse. A través del manejo informativo que se les otorga, ya no se pueden asociar de manera sencilla con determinados lugares, acciones o personajes. La televisión se ha encargado de mover las fronteras tradicionales que asociaban *lo público* con lo visible y colectivo, y *lo privado* con lo íntimo y doméstico.

Pero aún esta auto-observación que desarrolla la sociedad a través de la pantalla televisiva enfrenta varios problemas. La televisión no permite un real reconocimiento de la sociedad a través de lo que proyecta, porque lo que se presenta en ella no es la realidad, sino una representación simbólica que se hace de lo social, de lo público, de lo ciudadano, desde una posición estructural, discursiva, con intereses específicos de tipo material, económico e ideológico de los agentes dominantes en el campo mediático-informativo. Por otro lado, la publicitación de los asuntos privados trata de persuadir a la sociedad que está conociéndose, cuando en realidad la visibilización de lo social-privado sólo se puede conseguir viendo lo que se tiene frente a sí, pero ensayando otra mirada. Entonces, “(...) lo

íntimo consiste, no en descubrir cosas ocultas, sino en ver de otro modo las cosas visibles” (Mehl, 1997: 102).

A esto se puede agregar que las televisoras comerciales y estatales cada vez tienden a parecerse más. Como se ha podido destacar en esta investigación, en condiciones de competencia aguda, la homogeneidad es el rasgo más notable del comportamiento programático de la televisión. Esta homogeneidad se refleja en la reducción del número de géneros utilizados, pero también en una tendencia generalizada a la espectacularización, lo que se hace que se diluyan las fronteras entre los géneros. Con esto, todo acaba siendo un espectáculo; las emociones se colocan por encima de las acciones, con lo que las televisiones se tiñen de amarillo y rosa (Moragas y Prado, 2007).

En este marco, se puede decir que los noticieros televisivos estudiados se han constituido en centro de flujos comunicativos, que son uno de los fundamentos conectivos de la actual sociedad mediatizada de redes y de poder que desde ellas se ejerce. Su existencia aparece como una necesidad socio/comunicativa en la medida que se constituyen en escenarios de presentación de la información local, que es la más próxima a la experiencia de las audiencias televisivas.

Particularmente los noticieros televisivos se han constituido en escenarios políticos, en la medida que establecen reglas y dispositivos que buscan influir y regular las acciones, las interacciones y las representaciones simbólicas de las audiencias televisivas. Considerando que *lo público* se configura por aquellos asuntos que son de interés colectivo, entonces, publicar información posee ya una exigencia de servicio público, que va más allá del carácter privado o público/estatal del medio noticioso, y se constituye en un asunto político.

Además, cabe destacar que a pesar de que estos noticieros comparten contextos estructurales generales, cada cual se manifiesta situacionalmente posicionado de manera determinada en el campo de la información mediática, sobre todo por la posición social alcanzada dada la acumulación de fuerzas alcanzada por los tipos y montos de capital conquistados, sobre todo capital económico, político e informativo-simbólico, y por el lugar que ocupa dentro de las redes de comunicación de medios a nivel nacional o local (Televisa, TV Azteca y SJRYT), y por su política institucional y editorial, desde donde define lo que son acontecimientos noticiables, lo que debe ser su postura respecto a los

poderes fácticos como los que representan el grupo de la Universidad de Guadalajara, el Arzobispado de Guadalajara, los empresarios y los grupos dentro del gobierno, y lo que, en estos contextos, deben ser sus mensajes a las audiencias en estos contextos.

Por otro lado, se identificó que el manejo informativo que se desarrolla desde las televisoras estatales y comerciales, tiene en común la fragmentación de los hechos que dan a conocer. Además de que utilizan datos de referencia que no pertenecen al objeto de la información, ni son pertinentes a éste, dado que carecen de la transparencia y la consistencia que se requiere para convertirla en una información que favorezca la comunicación. Entonces, los noticieros no sólo ocultan acontecimientos, sino también obnubilan los *enmarcamientos* (*framing*) que se encuentran detrás de las construcciones noticiosas que realizan desde su postura de poder.

En este sentido, se puede reconocer que las noticias que se proyectan en los espacios informativos estudiados, en la mayoría de los casos no corresponde a la realidad, además de que expresan evidencias de ser narrativas que resultan de una construcción social realizada desde escenarios de aguda competencia mercantil y disputa por las audiencias. Son narrativas que se construyen desde instituciones empresariales con métodos, rutinas, niveles organizacionales particulares y desde intereses económicos, políticos e ideológicos. Narrativas en que se usan determinado tipo de lenguajes y formatos, y se legitiman ciertas representaciones simbólicas, sobre lo que acontece en la sociedad tapatía, al mismo tiempo que se deslegitiman otras, invisibilizándolas, excluyéndolas o des/acreditándolas.

El conjunto de estos elementos son los que definen las características de los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) que se construye desde los diversos canales de televisión tapatía. De la misma manera, esto determina el tipo de noticias que presentan, el carácter y orden secuencial que se les asigna; la importancia de que se les dotan por su número, presencia y tratamiento referencial; los sujetos y las instituciones que publicitan y visibilizan; y los contenidos dimensionales con que se les construyen. De ahí que destaque la ausencia de noticieros televisivos como generadores de una información comunicativa verdadera, que haga uso de datos de referencia objetivos, significativos y válidos.

6.3 Hallazgos y reflexiones sobre los conductores televisivos.

Por otro lado, a través de esta investigación recuperamos el hecho de que los conductores televisivos motivo de estudio son agentes sociales detentadores de poder simbólico-informativo en el campo de la información mediática, que inciden activamente en la construcción de *enmarcamientos (framing)* sobre los asuntos *públicos/ ciudadanos*. Son conductores que como profesionales se encuentran legitimados, como legitimada está su función informativa. Conductores cuya labor no es la de ser simples transmisores de noticias ya construidas, sino actuar como creadores activos de ideas, creencias y significaciones, que llevan a la construcción de *marcos* sobre otros *marcos*, ya avizorados en la producción noticiosa. Con esto, los conductores de noticieros televisivos configuran *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* que responden a los criterios dominantes en el campo informativo noticioso-mediático, desde donde posibilitan determinadas lecturas del mundo y acciones prácticas privadas y públicas en las audiencias televisivas.

Además, se pudo constatar que las prácticas de los conductores de noticias televisivas van orientadas por dispositivos adquiridos a lo largo de su trayecto de vida, y que en tanto *habitus* se objetivan en sus prácticas, incluidas las de conducción televisiva, que se ajustan a su lucha en el campo informativo noticioso. De donde se puede reconocer que el trabajo de conducción no sólo resulta de las condiciones objetivas marcadas por el campo, sino también por los aspectos subjetivos representadas por los dispositivos interiorizados.

Por otro lado, los conductores de noticieros buscan mostrar ciertos grados de sensibilidad ante las dificultades de pobreza, marginación, desigualdad, injusticias y deterioro ambiental que padece la mayoría de la población. Sin embargo, esta preocupación declarativa, no se acompaña de una decisión de incluir estas problemáticas en su agenda de noticias. Su interés fundamental es presentar lo que es noticiable porque es vendible, lo que atrae al televidente, lo que permite que este asuma los *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* de la televisión como la única manera de ver y actuar en el mundo. Así, se puede reconocer que en ambos noticieros *lo público/ciudadano* se subordina al conjunto, a los intereses comerciales: se publicita *lo privado* y se privatiza/invisibiliza *lo*

público. En este sentido, los noticieros televisivos locales cumplen una función informativa dominante y de poder, en la medida que cuentan con recursos, espacios, formatos y lenguaje que les permiten producir y reproducir sus intereses materiales/económicos, su poder simbólico, y construir su legitimidad. De esta manera, hacen pasar los asuntos públicos por el filtro de su tratamiento, para producir y reproducir las relaciones de poder y los enmarcamientos (*framing*) que favorecen sus intereses empresariales privados (Televisa y TV Azteca) y de gobierno (C7). Con lo que se infiere que todo esto incide en la toma de decisiones, in-decisiones, apatía o desinterés que los ciudadanos pudieran asumir sobre los asuntos públicos.

Fue así, que a través de la investigación encontramos que los conductores de los noticieros son agentes de un poder que se origina antes de la misma función de conducción. En complicidad con las audiencias, los medios construyen consensos en formas de pautas de comportamiento social. Sobre esta base se erigen figuras que, en su persona, objetivan dichos ordenamientos (Villasante, 2006). Entonces, los conductores son uno de esos tipos de figuras construidas que sirven para producir *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*), desde donde se reproducen estructuras formales de poder. El conductor del noticiero posee el monopolio de la información y de la expresión. Aunque en todo momento busque aparecer distanciado de intereses de poder, lo cierto es que nunca es objetivo ni técnicamente neutral.

6.4 Hallazgos y reflexiones sobre movimientos sociales locales.

Pudo constatarse que aunque el origen de los movimientos sociales estudiados es variado en tiempo, sector de intervención, ubicación y propósitos, sin embargo, tienen en común que en su diversidad resultan de tensiones presentes en una o varios de los campos que configuran la estructura social: Tianguis Cultural, por la ausencia de espacios para la interacción cultural; GDL en Bici, ante la falta de alternativas de una vialidad urbana amigable para el ciclista y el peatón; CRECE, por la carencia de políticas sociales y de género que atendieran las necesidades de las mujeres de ciertas colonias pobres; Colega, a raíz de la inexistencia de políticas públicas suficientes para el reconocimiento de los derechos de los homosexuales; CEJ, ante la ausencia de una política ambientalista

sustentable; CIC, como respuesta a una coyuntura abierta por la implementación de una política oficial.

Se notó que estos movimientos sociales también tienen en común que su surgimiento se vio favorecido por la presencia y voluntad de individuos dispuestos a organizarse a partir de una problemática concreta. Otras características son que su radio de influencia sigue siendo, sobre todo, sectorial y poco convencional; sus planteamientos monotemáticos, y su política coyuntural.

Se pudo identificar que estos movimientos comparten entre sí, que el conjunto de sus objetivos y acciones son de carácter colectivo, aunque también marcados por intenciones de emancipación personal. En su seno se localizan procesos donde se entrecruzan intereses muy individuales y necesidades de pertenencia a grupos a partir de la identidad. No es uno el que antecede al otro. En cada movimiento, y en cada uno de sus integrantes, las tensiones entre lo personal y lo colectivo adoptan expresiones particulares en formas, dinámicas y ritmos de construcción.

Se observó que las demandas de cada uno de los movimientos responden a necesidades y perspectivas concretas; y, además, dependiendo del grado de maduración alcanzado por cada uno de ellos es que dichas demandas se presentan en su modalidad de resistencia o de propuesta alternativa.

Organizativamente, se identificó en los movimientos un esfuerzo por estructurarse de manera horizontal, descentralizada y formando redes. Aunque en cada agrupamiento estos propósitos se entrecruzan, en la práctica, con rasgos autoritarios y jerárquicos. Por ejemplo, estos movimientos se plantean construir una democracia participativa, pero al mismo tiempo, siguen desarrollando prácticas antidemocráticas en su funcionamiento interior y en relación a otros agrupamientos.

Adicionalmente se identificó que se desarrollan procesos singulares y desiguales de institucionalización de estos movimientos. Por ejemplo, en los movimientos estudiados, el haberse constituido en Asociación Civil, aparece como una forma expresiva del grado y la modalidad de institucionalización alcanzada.

Se encontró que, al igual que los conductores televisivos, los dirigentes de los movimientos sociales cuentan con *habitus* que en forma de disposiciones cognitivas aprendidas se hacen presentes en sus prácticas críticas y movilizadoras, que refuerzan sus

posturas de acción en el campo de lucha. No son *habitus* únicos sino, más bien, diversos, pero unificados en torno a la identificación de un problema y un enemigo reconocido como común, objetivos de lucha y estrategias y formas de participación compartidas. Por otro lado, se pudo destacar que el conjunto de dirigentes de movimientos sociales entrevistados otorgan importancia a ciertos valores que operan como sus principios guía de su actuación, donde resaltan la identidad, la democracia directa y participativa, la solidaridad, el pluralismo y la ciudadanía.

Apareció también la diferencia en la manera en que los distintos movimientos enmarcan su relación respecto a la política y sus instituciones (Estado, gobierno, secretarías, dependencias) y respecto a las estructuras sociales. Se pudo identificar una tendencia hacia la politización de su intervención, pero no fue posible reconocer una postura de desestatización de la concepción de poder. Es así que como movimientos mantienen su distancia política y organizativa hacia los partidos (PRI, PAN, PRD, PT), y respecto al Gobierno y la institución estatal como tal. La mayoría de los movimientos se plantea respecto al gobierno y al Estado una relación de presión o de colaboración. Esto explica el por qué algunos de ellos centran sus intereses políticos en la obtención de recursos económicos y materiales, y que, en la mayoría de los casos, ninguno se plantea la necesidad de una transformación estructural anticapitalista, sino más bien coexistir con las condiciones actuales y sus gobiernos. Esto también les lleva a mantener el concepto de ciudadanía dentro de los marcos jurídicos establecidos por el propio Estado.

Podemos agregar que en este estudio, y bajo una lógica de análisis alejado de dicotomías, se pudo rescatar la forma en que los movimientos sociales analizados construyen *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) donde combinan lo racional-lógico-planeado con lo subjetivo-impulsivo-espontáneo, dando como resultado expresiones de enmarcamientos (*framing*) configurados por racionalidades subjetivizadas y subjetividades racionalizadas. Así, se confirmó en el estudio, que los distintos movimientos locales construyen diversos *enmarcamientos* (*framing*), que han posibilitado el desarrollo de otras formas de subjetividad. Desde ahí es donde se establecen las delimitaciones de problemas, protagonistas, antagonistas, símbolos, contra/símbolos, valores, pronósticos y alternativas para superarlas, a partir de los cuales definen tácticas, estrategias (en algunos

casos), métodos, formas de acción y relaciones diferenciadas con otros movimientos, y con los medios de comunicación.

Por su presencia y accionar estos movimientos sociales han favorecido la organización y la participación social de los sectores donde intervienen: construyendo ciudadanía, formando identidad e incorporado otras formas de participación, comunicación y vinculación con otros movimientos y organizaciones.

En los casos analizados, la mayoría de las acciones de los movimientos son defensivas y se desarrollan tanto dentro como fuera de las instituciones tradicionales (gobierno, iglesia, medios, v. gr.). De la misma forma se destaca que, sobre todo aquellos movimientos más jóvenes en trayectoria y composición, tienden a utilizar formas más innovadoras y creativas para manifestarse.

De la misma manera, se encontró que sería poco atinado intentar caracterizar a los movimientos analizados como nuevos o viejos movimientos sociales, porque eso significaría colocar el enfoque bajo criterios de dicotomía y no de multi/temporalidad. Se pudo conocer que las temporalidades al interior de un solo movimiento pueden ser combinadas: “viejos recursos” (propaganda), se combinan con “nuevos medios” (internet), “viejas experiencias” con “nuevas experiencias”, “viejas demandas” con “nuevas formas de lucha”, por poner sólo algunos ejemplos.

También concluimos que analíticamente es incorrecto establecer una dicotomía entre clase-grupo para definir la composición de un movimiento: todos los integrantes de un movimiento social estructuralmente forman parte de alguna clase social, al mismo tiempo que pueden pertenecer a un grupo social definido por su género, edad, etnia, creencias o preferencias sexuales, identificarse como tal y actuar con base en tal identificación. Esto se trasluce en el tipo de *enmarcamientos* (*framing*) que construyen.

En el campo de la comunicación mediática, los movimientos sociales aparecen como los agentes sociales dominados y en resistencia respecto a los noticieros televisivos. Se muestran como movimientos con su propio poder en el terreno del espacio público, que es un contra-poder respecto a los medios y sus noticieros. Sin embargo, encontramos que a pesar de estas circunstancias, sólo uno de los dirigentes entrevistados, el del CEJ, mantiene una preocupación por la relación que los movimientos deben establecer con los medios de comunicación, y en particular con los noticieros televisivos. Los restantes dirigentes

mostraron su rechazo hacia los medios, además de que no consideran necesario definir estrategias que les permita visibilizarse en estos espacios informativos. En contraparte, reconocen el uso que hacen de internet para autogenerar y auto/dirigir sus mensajes, y autoseleccionar a sus destinatarios dentro de la redes de su organización o con otras redes locales y/o globales, procurando conectarlos e incluirlos, en lo que se pueden considerar procesos de auto/comunicación de masas. Sin embargo, los movimientos sociales estudiados no han llegado a desarrollar aún toda la capacidad que se requiere para desafiar informativamente al poder hegemónico mediático, con otro tipo de *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) que opere como capital simbólico acumulado, y con acciones que posibiliten modificar la actual relación de fuerzas desventajosa que mantienen respecto a los noticieros televisivos dentro del campo de la comunicación mediática.

6.5 Hallazgos y reflexiones sobre la construcción en disputa de *lo público/ciudadano*.

Se pudo reconocer que, en el campo de la información mediática, actualmente se desarrolla una disputa por la definición legítima de *lo público/ciudadano*, la cual es al mismo tiempo una lucha ideológica, cultural, política, social y comunicativa, de carácter desigual. A través de este estudio indagamos la manera en que esta batalla se desarrolla entre dos tipos de agentes: los conductores de noticieros de la televisión comercial y del canal estatal de Jalisco (C7), los dirigentes de los movimientos sociales. En este sentido, tanto los noticieros televisivos como los movimientos sociales cumplen una función eminentemente política en la medida que buscan visibilizar, y en otro caso invisibilizar los asuntos públicos a través de la construcción de *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) y prácticas, haciendo uso, cada cual, desde sus propios tiempos, escenarios, formas y recursos singulares.

El estudio da cuenta que básicamente cada uno de estos agentes responde a lógicas distintas en los procesos de construcción práctica de *lo público/ciudadano* y de su significación. Esta disputa se desarrolla entre agentes que se desenvuelven en dos escenarios fundamentales, como espacios sociales de realización: los conductores a través de los espacios noticiosos televisivos haciendo uso del poder del formato televisivo, de las

imágenes, de los recursos técnicos y de la cobertura de señal, que les permite difundir sus puntos de vista de manera amplia; los dirigentes de los movimientos sociales desde los escenarios callejeros y los espacios de organización propios, con sus métodos de acción directa e innovadora.

En cada uno de sus espacios estos agentes han construido sus propios *enmarcamientos (framing)* de *lo público* y *lo ciudadano*, además de desarrollar acciones correspondientes a esa visión. Las prácticas de los conductores son transmitir noticias desde su propia perspectiva y, a partir de ellas buscar dar sentido a estas problemáticas. Las prácticas privilegiadas de los dirigentes sociales son el movilizarse e intentar visibilizar su lucha, objetivos y propuestas mediante sus propios medios, buscando generar otros sentidos. Así es como el campo mediático y el campo público-social, aunque diferentes campos de actuación, aparecen en interfaz. Los agentes (conductores y dirigentes) no siempre tienen conciencia de este punto de contacto.

Tanto movimientos sociales como televisoras parten de *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* diferentes y expresan distintas encuadres sobre lo que debe entenderse por *lo público* y por *lo ciudadano*. Se pudo ver, así, que en los noticieros de la televisión privada local el manejo de *lo público* se asocia con lo político/gubernamental/oficial, como acciones de gobernantes y funcionarios. En el mejor de los casos, *lo público* se presenta como la relación entre audiencias y gobierno. Particularmente en el noticiero *Enfoques (C7)* de la televisión estatal de Jalisco, *lo público* se subordina a lo gubernamental, a través de la publicitación de agentes e instituciones articuladas al poder, a quienes se presenta como portadores de los asuntos de interés público y de la práctica *pública/ciudadana*. Desde los conductores de noticieros televisivos se piensa *lo ciudadano* como un binomio jurídico de derechos y responsabilidades de las audiencias en relación a los problemas que se enfrenta cotidianamente en la ciudad. Se destaca que en ningún momento los conductores entrevistados asociaron a la ciudadanía con derechos sociales como el contar con vivienda digna, salud y educación de calidad. Tampoco piensan la ciudadanía en función de diversidad cultural de grupos y comunidades.

Así, un hallazgo más en este estudio fue el identificar que hasta el momento han sido los noticieros televisivos los que han marcado a través de su agenda noticiosa lo que debe considerarse como de *interés público*. Los propios medios de comunicación, y en

particular los noticieros televisivos, tienden a retomar *lo público* visibilizado desde esos escenarios, buscando imprimirles su marca de espectacularidad y haciéndolos comercialmente funcionales e ideológicamente asimilables. Particularmente, el tratamiento que se le otorga a las noticias, combina la información con la valoración. La subjetividad incorporada resulta de la toma de postura abierta del presentador de la nota o del propio manejo noticioso que se hace de textos, imágenes y secuencias. De esta forma se pudo constatar que los actores sociales que producen y transmiten los noticieros televisivos saben que cuentan con el poder para difundir información y establecer agendas de asuntos públicos. Sin embargo, sus conductores, reporteros y directores de noticia, mantienen un discurso formal que les lleva a auto/ubicarse como simples mediadores entre autoridades y televidentes, cuando en realidad, desde el manejo noticioso puede reconocerse la función protagónica que asumen ante un hecho desde donde valoran, adjetivan, explican, enjuician y aprueban o condenan a sus actores.

Contrariamente, como se puede ver a lo largo de este trabajo, los movimientos sociales tienden a enmarcar *lo público* como lo colectivo, lo de todos, lo de la ciudad, lo del grupo o sector de intervención, lo que tiene que visibilizarse, mostrarse, transparentarse, lo que debe beneficiar a la mayoría. El método privilegiado de los movimientos para visibilizar los asuntos *públicos/ciudadanos* es utilizar la acción directa, mediante la movilización de recursos humanos y materiales que, aunque limitados, se caracterizan por ser sorprendidos y creativos. En términos de Martín-Barbero (2004), es a través de acciones callejeras desde donde los movimientos sociales procuran una potenciación de *lo público/ciudadano* como espacio, como búsqueda de colectividad, de pertenencia y como posibilidad de presencia de la imaginación ciudadana. Los movimientos sociales se constituyen, así, en agentes constructores de espacios públicos en la medida que favorecen escenarios de interacción social, de comunicación política, de formación de agenda temática, de interpelación de las instituciones, de coexistencia de manifestaciones diversas y de busca de acuerdos para desarrollar acciones en beneficio de la colectividad.

Estos mismos movimientos enmarcan *lo ciudadano* a partir de sus experiencias de sector de intervención. De donde resulta una diversidad de *enmarcamientos (framing)* sobre la ciudadanía (civil, cultural, social y política), dependiendo del grado de desarrollo y tipo de conquistas de derechos alcanzados en cada caso. Se destaca, asimismo, que la visión

más acabada, abarcadora y compleja la han construido aquellos dirigentes sociales que han acumulado más experiencia en la lucha. En contraste, los dirigentes de movimientos más recientes mantienen una visión mayormente parcial y fragmentada de la ciudadanía, centrada sobre todo en la exigencia de derechos civiles elementales.

Se pudo observar que, aunque con argumentos diferentes, tanto los conductores televisivos como los dirigentes de los movimientos sociales coinciden en señalar la debilidad de la participación ciudadana en los asuntos de interés colectivo. Este hecho debería reflexionarse considerando diferentes variables: el desencanto ante la política implementada durante estos años por las diferentes administraciones de gobiernos panistas en la entidad (Alberto Cárdenas, Francisco Ramírez Acuña y Emilio González Márquez), y antes por los gobiernos priístas; la limitada y localizada tradición de participación que ha existido en la entidad; la cultura del miedo que ha venido permeando a la población ante la inseguridad social y la desconfianza creciente hacia las instituciones tradicionales; la parálisis generada desde los medios de comunicación, sobre todo la televisión y sus noticieros, con sus emisiones informativas sesgadas y con muestras evidentes de búsqueda de beneficios políticos y económicos; lo poco atractivo que resulta para la mayoría el involucrarse activamente en organizaciones, movimientos y acciones sociales colectivas que vayan más allá de la participación coyuntural y localizada; la carencia de recursos materiales y económicos para sustentar la participación; la carencia de tiempo para dedicarle a la participación; y la reducción que la mayoría de la población hace de la participación política a la simple participación electoral.

A partir del estudio, queda claro que la información noticiosa es fundamental para dar a conocer asuntos de interés colectivo, generar opinión, favorecer diálogos y debates sobre estos mismos asuntos, y procurar acuerdos democráticos, incluyentes y participativos. Sin embargo, las consecuencias del tratamiento noticioso que se hace desde los noticieros locales son la despolitización de la información y de las audiencias noticiosas. De parte de los dirigentes sociales, identificamos un rechazo a las noticias, a los noticieros, a la televisión y a los medios tradicionales mismos, bajo el argumento de la ausencia de los problemas fundamentales de la sociedad tapatía en los espacios noticiosos.

Esto hace necesaria la presencia de una televisión y unos noticieros televisivos con información incluyente, donde los protagonistas sean los ciudadanos como hacedores,

fiscalizadores y controladores de lo que se difunda en la pantalla. En esas condiciones la disputa entre medios y movimientos y ciudadanos no es ya por solamente definir qué es *lo público/ciudadano* sino además por las implicaciones práctico/políticas que generan estas nociones, y la reconfiguración que se operaría en los propios *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) a partir del despliegue de otras prácticas de las agentes en este campo de lucha.

6.6 Hallazgos y reflexiones sobre la visibilización/invisibilización de *lo público/ciudadano*, en los *enmarcamientos comunicativos*. (*communicative framing*).

Los contextos de centralidad mediática crean las condiciones para que las televisoras privadas y la televisora estatal jalisciense, a partir de la información que proporcionan, cumplan una función fundamental en la generación de *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) sobre *lo público/ciudadano*. Pero no sólo eso. También configuran, dan forma a sus opiniones como *marcos*, bajo criterios de razón instrumental mediática, que opera en función de ganancias, espectacularidad, instantaneidad y búsqueda de legitimidad. Son estos criterios los que han prevalecido, y que han hecho que desde los noticieros locales se desarrolle una lógica de exclusión/marginación/invisibilización televisivo-noticiosa de aquellos sujetos considerados como marginales o subversivos, que al no considerárseles noticiables o políticamente provechosos, se les ausenta de las pantallas o se les proyecta bajo criterios de estigmatización: como víctimas, delincuentes o sujetos pasivos de beneficencia de políticas públicas del gobierno. Varias son las razones que explican esta situación: aspectos como la búsqueda de la maximización de ganancias, los acuerdos tácitos con poderes fácticos (empresariales, políticos y religiosos) y la dependencia financiera, institucional, política e ideológica del canal público respecto al gobierno, se convierten en uno de los principales obstáculos para generar noticieros con calidad informativa pública. Estos elementos se constituyen en mediaciones que inciden en la significación que adopta *lo público* y *lo ciudadano* en los noticieros televisivos.

Fue así que se pudo identificar que tanto la visibilización como la invisibilización de agentes sociales y acontecimientos relacionados con *lo público/ciudadano*, sí opera como

una constante en los noticieros televisivos. De la misma manera se pudo reconocer que “mostrar” no es sinónimo de “visibilizar”. Se puede mostrar, exhibir, presentar información sobre algo o alguien, sin que esto signifique visibilización. Precisamente, en muchos casos se muestra para no visibilizar, y esto se hace con imágenes contundentes, espectaculares, que construyen un sentido en función de lo que se ve, aunque no favorece la mirada, que es la que permite visibilizar. La visibilización de los asuntos públicos y ciudadanos en los noticieros televisivos significaría presentarlos con las imágenes, textos y verbalizaciones de forma contextualizada, porque contextualizar es historizar y eso implica des-naturalizar; significaría construir una información que posibilitara un diálogo en la sociedad sobre los asuntos colectivos y del poder; pero significaría también vigilancia y control de los lugares, personajes, prácticas relacionados con los asuntos colectivos, incluida la producción y difusión de noticias. En este sentido visibilizar/invisibilizar son procesos combinados, simultáneos y contrapuestos. Para entenderlos es necesario colocarse en el *limes*, esto es: en el punto de encuentro de lo que se muestra y lo que se oculta, porque lo que se muestra se oculta exhibiéndose y se exhibe ocultándose.

Es necesario agregar que el visibilizar e invisibilizar no son procesos que puedan explicarse en última instancia considerando solamente la voluntad individual de los periodistas productores de noticias, de los directores de noticieros o los conductores, sino tomando en cuenta el estado que guardan las relaciones de fuerza entre movimientos y conductores de los noticieros televisivos que se disputan el establecimiento de un sentido legítimo de *lo público/ciudadano* en un marco de procesos históricos, organizacionales, políticos, económicos, sociales, culturales e ideológicos que permean el conjunto del proceso informativo noticioso. Porque, mostrar, ocultar, visibilizar e invisibilizar se encuentran asociados a relaciones de poder, entre quienes tienen los medios y los recursos para hacerlo y quienes carecen de ellos. Entonces la posibilidad de visibilizar e invisibilizar está mediada por condiciones estructurales e intersubjetivas que toman cuerpo en *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)*, desde donde se operan procesos de reproducción ideológica de lo construido como visible y como invisible, de lo que se muestra y lo que se oculta.

La invisibilización en los medios es una prolongación de lo que históricamente ha sido la invisibilización sociocultural y económica de clases, grupos y etnias. Sin embargo,

la invisibilización no está dada como rasgo *a priori* de los productores y conductores de noticias televisivas, ni la visibilización como característica propia de los movimientos sociales. La disputa por la visibilización en el espacio noticioso de parte de los movimientos sociales tiene que partir de reconocer que el aparecer en un noticiero no significa ser visibilizado, y que la disputa por su derecho a la visibilización en un informativo tiene que ir más allá de su exigencia de ser mostrado en dicho espacio, para extenderse a la exigencia de transformaciones estructurales que favorezcan las condiciones de visibilizarse y controlar esos procesos de visibilización de *lo público* representado por los movimientos sociales, y de *lo público* que existe más allá de éstos. Si la invisibilización tiene bases estructurales es necesario transformar las estructuras para garantizar la visibilización de los movimientos y del conjunto de asuntos de interés colectivo. Esto no quiere decir que no se busque incidir en los medios dominantes para encontrar espacio de reconocimiento y visibilización informativa. Lo que hace que la disputa por la visibilización se tendría que dar en varios frentes simultáneos: el mediático, el público, el económico, el político y el cultural.

Pensamos, además, que no puede haber una eficaz visibilización si ésta no es social, que toque a los sujetos en sus prácticas, relaciones, ubicaciones de clase, grupo y etnia; si no es cultural, que dé cuenta de la diversidad de expresiones discursivas simbólicas y las bases de desigualdad y de resistencia desde las que se manifiestan; si no es política, que muestre las posturas de poder, las estrategias y los métodos de los diferentes agentes sociales; si no es ideológica, que transparente los *enmarcamientos (framing)* y los recursos que están en la base de su construcción; si no es económica, que publicite las relaciones de producción, de distribución y consumo que están en la base de cualquier visibilización; y si no es una visibilización comunicativa que permita un real intercambio de sentidos entre agentes, en igualdad de condiciones de acceso a los medios de producción comunicativa, y para la producción, difusión y control de sus productos, con base en un reconocimiento recíproco como derecho a informar y a ser informado, transmitir y a recibir conocimiento. Contrariamente a todo esto, invisibilización ciudadana significa exclusión, para no ser visto ni escuchado, no ser considerado ni individual ni colectivamente.

Junto con Butler (2006), podemos señalar que como resultado del análisis de los noticieros locales podemos hablar de la manera en que el rostro puede constituirse en una

condición de humanización. Aunque también puede usarse de manera deshumanizante, como se hace en general en la televisión y en particular en los noticieros. En la mayoría de los casos, en los informativos el rostro de las personas se convierte en una forma de violencia en tanto se le da un uso simbólico utilitario y estigmatizador, con base en criterios normativos de inteligibilidad, que indican en la pantalla lo que es y lo que no es humano; o bien, sacando como imagen de la pantalla lo que no reconocen como humano. Con este tratamiento terminan por invisibilizar a los agentes sociales, sus contextos, sus acciones y sus verdaderos propósitos; y ocultar a la vista de todos aspectos de interés colectivo. Con esto, se favorece una tendencia hacia los individuos de no reconocimiento como ciudadanos y a su desconexión con aspectos de la vida pública, próximos y significativos. Esto repercute de manera directa en la obstaculización de procesos que permiten la configuración de audiencias y medios ciudadanos, y un curso democrático para la sociedad tapatía.

6.7 Noticieros y movimientos sociales en la construcción y des-construcción de la esfera pública.

La lógica mercantil con la que operan los noticieros televisivos favorece la construcción de un espacio privado de carácter mediático, que aunque se enmarca como “espacio público” por los conductores, realmente a los ciudadanos se les visualiza como público individual y consumidor de información y productos.

Si se considera a la esfera pública como un espacio compartido e incluyente, donde los ciudadanos dialogan, tratan y debaten los asuntos comunes a una colectividad, y asumen formas de participación correspondientes, encontraremos que, por las características que mantienen los noticieros televisivos, no se pueden considerar un espacio integrado a la esfera pública general, ni que favorezcan su construcción, y esto por varias razones. No se trabaja la información noticiosa bajo criterios de colectividad ni es un espacio de participación colectiva. Los acontecimientos se seleccionan bajo criterios de noticiabilidad y de *rating*. La proyección de información que pudiera interesar a una parte de la sociedad, no hace a ese noticiero un foro de la esfera pública, porque no se construye como un espacio de diálogo, de intercambio de ideas diferentes. Más bien se mueve bajo la lógica de

una esfera privada dominante en la medida que mantiene una lógica del mismo carácter y busca intereses particulares a nivel económico y de audiencias; generalmente individualiza, subjetiviza y descontextualiza los asuntos de índole colectivo y estructural; además efectúa una apropiación privada de la noticia y los beneficios que esta genera, considerando como los “otros” a los agentes opositores, lo que lleva a colocarlos fuera de los espacios noticiosos. Y aunque la televisión noticiosa no es una esfera pública, la práctica y postura informativa de los conductores televisivos pretenden hacerla pasar como tal, y prácticamente como la única.

Los movimientos sociales estudiados sí pueden considerarse parte de una de las esferas públicas que se desarrollan en la sociedad tapatía, dado que atienden asuntos colectivos de un sector (mujeres, homosexuales, ambientalistas, etc.); buscan propósitos generales compartidos; y favorecen formas de participación democrática y de confrontación de diferentes puntos de vista a través de *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*). En tanto partes constituyentes de la esfera pública, se puede notar que los movimientos sociales estudiados establecen procesos de interfaz con otras esferas como la política, la doméstico-familiar (Crece), la económica (Tianguis Cultural) y la esfera relacional (de participación ciudadana). En relación a los noticieros televisivos, que se auto/identifican como esfera pública, los movimientos sociales vendrían a ser una esfera subordinada y de resistencia, articulada a otras esferas sobre todo la relacional, en la que también se manifiestan heterogeneidad y asimetrías sociales entre sus integrantes.

Por otro lado, identificamos que en los movimientos sociales estudiados se expresa de manera clara la postura identitaria de reconocimiento del “nosotros” como el propio movimiento, y “los otros” en donde se ubican los noticieros, el gobierno y los empresarios. En contextos de globalización, la construcción y la expresión de los movimientos sociales también se globalizan, y posibilitan que las esferas sociales a las que pertenecen también alcancen magnitud global, como se muestra en acuerdos de participación coordinada entre movimientos sociales de diversas latitudes, tal es el caso movimientos como GDL en Bici o el CEJ, que toman forma en *marcos generales compartidos*.

6.8 Reflexiones sobre el sentido de los *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*).

Podemos decir ahora que el concepto de *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*) sólo puede desarrollar un real potencial analítico si rebasa el enfoque interaccionista y se coloca trabaja desde una postura estructural/construccionista. Sólo desde este posicionamiento se pueden identificar las relaciones de fuerzas objetivas que están en la base de la construcción de procesos de *enmarcamiento comunicativo* (*communicative framing*). Fue así que se pudo reconocer a través de este estudio, que estos *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) de parte de conductores y dirigentes de movimientos son componentes fundamentales de una práctica más general que es la de invisibilizar y visibilizar a actores y acontecimientos a través de construcciones discursivas simbólicas. Se reconoció que estos procesos de construcción de *enmarcamientos* (*framing*) son desiguales. No responden a una estructura discursiva completamente coherente, y aunque se logran identificar los problemas sociales, al tratar de indagar sobre las causas que los generan, por lo regular este análisis se coloca en lo parcial, dicotómico y superficial. Estas características se presentan en diferentes grados y formas tanto en los conductores televisivos como en los dirigentes de movimientos sociales estudiados. En estos *enmarcamientos* (*framing*), los conductores no presentan prácticamente alternativas de solución a las problemáticas de la sociedad tapatía. En tanto que los dirigentes, aunque sí logran presentar opciones, en la mayoría de los casos, sus propuestas son sectoriales y de corto plazo, y se entrecruzan además con *enmarcamientos* (*framing*) que prefiguran alternativas no realistas e inviables, en la medida que se mantienen en un terreno exclusivamente ideológico. En el caso particular de los movimientos sociales, sus *enmarcamientos* (*framing*) sí posibilitaron abrir un acceso metodológico para la comprensión de las formas de acción que desarrollan ante los problemas, su definición de protagonistas, antagonistas, símbolos y contra/símbolos reconocidos, y sus pronósticos y rutas de acción.

Además se pudo identificar que los *enmarcamientos* (*framing*) implican formas de comunicación en su producción y en su ejecución práctica, tanto interna como externamente; que mientras las noticias son formas de objetivación de los *enmarcamientos* (*framing*) que realizan productores de noticias y conductores, las acciones colectivas movilizadoras, los panfletos, las consignas, las marchas y los plantones son unas de las

tantas maneras en que se objetivan los *enmarcamientos* (*framing*) de los movimientos sociales.

De la misma manera, se pudo reconocer que los *enmarcamientos* (*framing*) son construcciones dinámicas. Se van configurando en diferentes momentos y no siguen un curso lineal (identificación del problema, búsqueda de sus causas y actores involucrados, fijación de metas, valoración de alianzas, precisión de escenarios de solución del conflicto, y valoración de estrategias, métodos, tácticas y recursos). Además de que, una forma más compleja de construcción de *enmarcamientos* (*framing*) ocurre cuando se desarrolla un *alineamiento de marcos*, que permite que individuos u organizaciones y movimientos compartan intereses, valores y creencias como base para fijarse acciones y objetivos comunes, que pueden después tomar forma en *marcos generales interpretativos* (*master frames*) y de acción, que están aún poco desarrollados tanto entre los movimientos sociales estudiados como entre los conductores de noticias.

6.9 Movimientos y noticieros: disputa y construcción mutua.

Como resultado de la investigación se identificó que los actores sociales que se encuentran en el centro de esta disputa por la definición legítima de *lo público* y *lo ciudadano* no siempre tienen conciencia del dónde, contra qué y contra quién están luchando, ni sobre la magnitud del enfrentamiento en el que se encuentran inmiscuidos, mucho menos de lo que se encuentra en juego a nivel estratégico en esta confrontación. Es cada vez más claro que ideológicamente se disputan visiones del mundo sobre lo que debe considerarse asuntos públicos y estatus ciudadano. Culturalmente se muestra que el conflicto es por definir el tipo de *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) que sirven para caracterizar *lo público* y *lo ciudadano*. Políticamente se disputa la capacidad de dirigencia del proceso que permita articular a su propia propuesta de *lo público* y *lo ciudadano* a los diferentes sectores de la población, y movilizarlos en torno a ello. Comunicativamente se disputa la posibilidad de contar o no con los espacios y recursos mediáticos para poder dar a conocer los puntos de vista particulares sobre los asuntos públicos y ciudadanos, al mismo tiempo que se disputan los diferentes sentidos y

métodos para hacer comunicación: a través de un diálogo racional de confrontación (diálogo conflictuado).

Por los resultados de este estudio, también se puede presuponer que tanto los movimientos sociales como los ciudadanos no organizados pueden incidir socialmente en la determinación de los asuntos de interés público, en la medida que sean capaces de visibilizar cuestiones, que siendo de interés colectivo, se han mantenido como privados. Sin embargo, los movimientos sociales tienden a menospreciar el poder que poseen los noticieros televisivos para configurar opinión pública y producir y reproducir su visión hegemónica de *lo público* y *lo ciudadano*.

Encontramos, asimismo, que la mayoría de dirigentes entrevistados tiene sólo una postura ideologizada sobre los medios de comunicación tradicionales, los rechazan pero no cuentan con algún *enmarcamiento* (*framing*) que tenga como base una reflexión crítica y sistemática sobre el carácter y la función de los medios y de los noticieros televisivos. Por otro lado, no le reconocen a las televisoras y a los noticieros una función público/social. Eso les lleva a pensar sus movimientos sociales como paralelos a los medios de comunicación, sin punto de contacto. No tienen en mente una disputa por el acceso y el control de la información televisiva noticiosa, ni se han preocupado por diseñar estrategias de disputa por los espacios informativos y de entretenimiento. Bajo estas circunstancias dejan el campo abierto para la actuación más libre de los medios.

Se muestra en los resultados de las entrevistas, que los propios dirigentes sociales tienden a consumir los programas televisivos que se ofrece en la parrilla programática de canales comerciales (de señal abierta y restringida). Estas prácticas televisivo/noticiosas son formas particulares de interacción con el medio, y se configuran de manera diferenciada y contradictoria entre agentes organizados y participativos en movimientos sociales y aquellos actores que no se interesan por los asuntos públicos/ciudadanos ni se encuentran organizados. En este sentido, lo que ahora hace falta de su parte es el desarrollo de una reflexión crítica comunicativa sobre su propia práctica, y sobre los productos que suelen consumir.

Consideramos, entonces, que los dirigentes de los movimientos sociales sólo pueden configurarse como audiencias *otras* en la medida que sean capaces de constituirse a través de los medios y su programación, mediante procesos críticos de reflexión. Es insuficiente

saber lo que se es, es necesario constituirlo en relación a lo que son los otros, no al margen de ellos. Esto no quiere decir que los dirigentes y sus movimientos sociales necesariamente tengan que hacer pasar por la televisión los asuntos públicos en los que se encuentran involucrados, pero sí es necesario que el campo de los medios lo consideren como otro escenario más que hay que disputar. Teniendo en cuenta, claro, que la visibilización de los movimientos, sus demandas, sus luchas, sus actores y sus acciones no se reducen, ni deben pasar exclusivamente por la disputa en el campo mediático-informativo representado por los espacios noticiosos/televisivos.

Es necesario realizar esfuerzos que permitan construir relaciones y prácticas que les posibiliten des-localizarse de los espacios tradicionales y re-localizarse en espacios que los propios movimientos construyan como alternativos (Zires, 2008: 172). Se trata de romper con el monopolio de la política y actuar en lo político. Es oportuno agregar que la invisibilización no es el estatus por antonomasia de los dominados ni la visibilización la condición obvia de los grupos y clases dominantes. Los dominados también pueden desarrollar prácticas de invisibilización de los sectores hegemónicos, incluidos los actores sociales que se desenvuelven en los medios. Visibilizar para los dominantes implica negar su carácter. Para los dominados, visibilizar de forma abarcadora a los actores sociales, incluidos a los dominantes se constituye en la única posibilidad de una real liberación visibilizadora. Los dirigentes de los movimientos tienen, en este sentido, una gran responsabilidad por ganar a la participación alternativa a este sector de opinión pública de ciudadanos no organizados. Pero para conseguirlo necesitan contar con una alternativa comunicativa y mediática que ofrecer, que resulte necesaria, atractiva y accesible a este tipo de personas.

6.10 Visión proyectiva sobre la construcción noticiosa.

Parte de los puntos de llegada de este estudio fue el considerar que aún existe la posibilidad histórica de que la televisión pueda cumplir otra función: la de una verdadera ágora moderna, que facilite la recomposición de los vínculos sociales de solidaridad y preocupación mutua, colectiva. Sin embargo, eso depende de lograr una recomposición en las relaciones de fuerza, favorable a los movimientos sociales y la ciudadanía. Esto

implicaría, a su vez, una acumulación mayor de capital simbólico/informativo por parte de los movimientos sociales, y el desarrollo de un *habitus* propiamente televisivo de parte de los integrantes del movimiento que les coloque en condiciones de construir sus propios proyectos televisivos con diseño, producción y difusión autónoma.

Consideramos que se puede aprovechar el que este medio está en posibilidad de exhibir masivamente situaciones particulares emblemáticas, para favorecer la asociación entre lo singular que se muestra y lo colectivo de los que perciben. Es necesario entender que la re/significación de *lo público/privado* a través de la televisión es un proceso cargado de disputas, de tensiones, en la medida que: “El protocolo de la compasión puesto en escena por la televisión, produce tanto ‘divergencia’ como ‘convergencia’, tanto ‘diversión’ como ‘conversión’, tanto ‘difusión’ como ‘confusión’, tanto ‘desunión’ como ‘comunidad’ (Mehl, 1997: 112). Además, debe advertirse en todo momento que ni la televisión es el único medio desde donde se puede conseguir esto, ni la construcción de *lo público* se reduce al simple intercambio de ideas, ni a la visibilización de situaciones significativas, aunque pase por eso. No se requiere una televisión compasiva, pero tampoco demonizadora o legitimadora. Reconocer, como lo hace Mehl (1997: 110), que una “(...) televisión compasiva contribuye así a reevaluar el campo de los problemas públicos y a valorar, dentro de ese campo, las prácticas de asistencia”, no quiere decir que esa sea la ruta única o el momento de tránsito para enfrentar las problemáticas colectivas desde otra perspectiva.

Como se pudo recuperar, a lo largo de la investigación, noticieros televisivos y asuntos públicos se encuentran estrechamente relacionados. La selección de hechos para construir la noticia tendrá que orientarse a partir criterios comunicativos que tengan la sensibilidad para identificar la manera en que un suceso de interés colectivo puede ser la materia prima informativa para construir un acontecimiento de carácter público susceptible de ser proyectado como noticia televisiva. La exigencia de que la noticia se presente de forma imparcial y equilibrada no se debe considerar como un simple requerimiento técnico, sino como la única posibilidad que tiene el hecho/acontecimiento de mantener y potenciar su carácter público en sus audiencias.

Esto significa que *lo público* tiene diversos momentos de expresión, que pueden ser contradictorios, de continuidad y de ruptura. *Lo público* ya se encuentra contenido en el mismo hecho como asunto que involucra intereses colectivos; lo que se podría llamar lo

público fáctico. *Lo público*, posteriormente, se objetiva en el acontecimiento construido como *enmarcamiento comunicativo-noticia*, *lo público noticiable/noticioso*. Para después aparecer como *enmarcamientos (framing)* en las audiencias, *lo público* imaginado. Y si esa tendencia se prolonga, *lo público* vuelve a aparecer como práctica de los actores sociales que construyen hechos que pueden ser de utilidad para construir nuevas noticias. Obviamente que éste no es un proceso lineal. De *lo público fáctico* a *lo público enmarcado-representado* puede ocurrir un vaciamiento de sentido o diversos procesos de reconfiguración. Lo que debe quedar claro, es que *lo público* no es una entidad autónoma. *Lo público* tiene como eje las prácticas de los agentes sociales que se desarrollan en condiciones estructurales asimétricas. Son los agentes en posesión de ciertos capitales simbólicos los que, a través de su lucha social y su disputa de *marcos*, finalmente definen el carácter de *lo público/ciudadano*.

La información de los asuntos públicos posibilita a las audiencias el acceso a *lo público proyectado* como lo de interés común, lo accesible y lo visible a todos. Sin embargo, para participar en una conversación colectiva las audiencias ciudadanas requieren de información clara, sencilla, verosímil, contextualizada. Con base en ella éstas pueden desarrollar *habitus* y competencias de escucha, expresión, atención, confrontación y discernimiento, emoción y creatividad. La ciudadanía implica el interés de los individuos por involucrarse en los asuntos colectivos, desde sus necesidades particulares. Los noticieros televisivos pueden proporcionar a las audiencias ciudadanas esa información que opere como referente para conocer *lo público* y construir *enmarcamientos (framing)* de otro tipo sobre esta base; y para tomar una postura al respecto, y para orientar una acción transformadora. En contextos en que las sociedades modernas la gobernabilidad se sustenta en las decisiones que toman los individuos a partir de la información que disponen, los medios de comunicación y sus noticieros en tanto portadores de información, cumplen un papel que resulta sustancial.

Por otro lado, mucho se dijo en las entrevistas por parte de los dirigentes sociales en el sentido de que la libertad de expresión es parte fundamental de la lucha ciudadana, dado que se constituye en uno de los derechos elementales de los individuos. Compartiendo este punto de vista, se puede agregar que libertad de expresión y libertad para tener acceso a información veraz y confiable, son aspectos indisolubles. Pero consideramos a la vez la

necesidad de preguntarnos sobre este asunto ¿Libertad de expresión de quién? ¿Libertad de expresión desde dónde? ¿Libertad de expresión con qué? ¿Y libertad de expresión para qué? Podemos indicar que la libertad de expresión sólo puede ser una verdadera libertad si se acompaña del derecho a decir y a escuchar; si proporciona a los individuos las condiciones, medios y recursos para expresarse en igualdad de circunstancias que los otros; y si esa libertad de expresión se acompaña de libertad para acceder a la información desde la cual construir la propia expresión. Entonces no se trata solamente de que la persona pueda opinar sobre lo que dicen en los noticieros, sino de que esté en las mismas condiciones para construir informaciones alternativas que no se valoren desde la escala dominante, desde los valores informativos dominantes.

Si la finalidad es construir una democracia no sólo representativa, ni sólo deliberativa, sino sobre todo radical, esto requiere que las decisiones de los ciudadanos se basen en información completa e imparcial, para que reflejen efectivamente sus intereses. Los medios de comunicación privados, así como los medios de comunicación gubernamental, tienden a interponer su agenda en su programación, por lo que la información que brindan pasa por el filtro de sus intereses, incidiendo en la imparcialidad de la información.

Audiencias ciudadanas que cuenta con información para construir opinión y acción, se encuentra en mejores condiciones para participar e intercambiar puntos de vista con otros. Es en esas condiciones que la democracia puede construirse desde abajo; desde lo cotidiano y desde las opiniones públicas diversas, que se configuran, reconocen, confrontan, y acuerdan rutas de acción en beneficio de la colectividad. El desarrollo de procesos de este tipo repercute en la construcción de noticieros y medios televisivos más democráticos. Democráticos por los procesos de configuración de las noticias; por la proyección de los asuntos públicos en pantalla; por la participación de las audiencias ciudadanas en la definición políticas para establecer lo que se considera noticiable; por el involucramiento de las audiencias ciudadanas en la producción y presentación de las noticias; y por la presencia autogestiva de estas audiencias en el conjunto de proceso informativo.

Un noticiero democrático representa así, un espacio público común para la ciudadanía; un escenario que coloca a los participantes en situación de paridad, sin importar

sexo, edad, nivel socioeconómico, creencias o preferencias sexuales. Es un noticiero que reconoce las diferencias estructurales de clase y de grupo con las que llegan los diferentes actores sociales al diálogo y la deliberación noticiosa de los asuntos públicos. Es un tipo de noticiero que proyecta al indígena, al campesino, al ama de casa, al estudiante, al empleado, al niño, no como objeto de noticia, sino como sujeto protagónico de la información, constructor y construido. Es un noticiero donde el ciudadano no aparece como simple audiencia/destinataria de las notas, ni como sujeto que se muestra, sino como agente individual y colectivo generador y transmisor de noticias, que posibilitan la conversación colectiva de los muchos, de los cuales ellos forman parte. Es un noticiero que, en contextos de globalizaciones, se propone globalizar valores fundamentales como igualdad, libertad, solidaridad y respeto (Lozano, 2004: 181-183).

Noticieros de este tipo, desde la ciudadanía, contarán con el respaldo social, en la medida que destinatarios y destinatarios formarán parte del mismo conglomerado aportando sus conocimientos, sus recursos y su apoyo. Serán un escenario generador de la información necesaria para el abordaje y discusión democrática de los asuntos de interés colectivo, fijados ya no por el director de información, sino por los propios ciudadanos organizados. Se conformarán como un espacio que, a través de la información que proporciona, da cuenta de la diversidad de *lo público* desde criterios locales, regionales, nacionales y mundiales. Serán noticieros autofinanciables, independientes y legalmente ciudadanos, bajo control ciudadano. Serán espacios de verdadera construcción comunicativa, entendiendo la comunicación en términos de Michel de Certeau (1995), como proceso plagado de rupturas y sustracciones, de intercambios y retiradas; acompañado de aperturas y cierres, silencios y explicitaciones. Esto lo dejó claro la experiencia representada por las mujeres de la APPO, que, tal como lo registra Zires (2008: 175-181), con la toma del canal 9 estatal, el primero de agosto de 2006, se visibilizaron los rostros nunca vistos en la televisión. En pocos días crearon su propia programación, sus cortinillas y su propio lema. Ocuparon un lugar al que jamás habían accedido. Al verse sus rostros en la pantalla, se comenzó a favorecer su legitimación. La protesta de la calle penetró al escenario televisivo, instaló la plaza pública frente a las cámaras. Y así durante 20 días crearon otra vida pública y otro régimen de visibilidad.

Con apoyo de Boaventura Santos (2009) con este estudio buscamos abonar a una comprensión comunicativa-crítica de la realidad de los noticieros televisivos y los movimientos sociales en un sentido abarcador, histórico complejo, desde una perspectiva de las posibilidades y no del simple reconocimiento de estas realidades como hechos. Se abordaron desde esa hermenéutica de la sospecha, que permite tratarlos en su dimensión del mismo caos que expresan, que no es más que otra forma posible de orden. Fue así, que bajo este criterio, en este estudio, los dirigentes de movimientos sociales fueron incluidos como agentes ausentes de los espacios informativos. Se deja claro ahora, que su presencia en las noticias, cuando esto ocurre, no significa su visibilización en tanto que se les sigue enmarcando como actores con falta de racionalidad. Tratamos de hacer del silenciamiento palabras sobre lo que son, hacen, creen, sienten y piensan los dirigentes de los movimientos sociales, pero también los conductores televisivos. Buscamos construir, así, un aporte al pensamiento crítico que favorezca la emergencia de otros *enmarcamientos comunicativos* (*communicative framing*) distintos a los dominantes, que son desde lo que se piensa y actúa hasta el momento en, de y para esta realidad flagrante.

Desde la perspectiva de la democracia participativa, el empoderamiento comunicativo ciudadano implica que los individuos cuenten con mayores posibilidades para construir organizaciones y formas de participación democráticas, las cuales operen bajo criterios de responsabilidad, respeto y diálogo con las posiciones diferentes. Desde la perspectiva de una democracia radical el empoderamiento comunicativo significa contar con el poder de hacerse cargo de manera autónoma del conjunto de procesos que implica construir, circular, recibir y configurar mensajes desde condiciones estructurales equivalentes y realmente democráticas. Los movimientos sociales cumplen una función fundamental en visualizar el futuro posible, desde el presente real.

6.11 Una ciudadanía comunicativa posible y necesaria.

Los resultados de este estudio abren la posibilidad de plantearse el reto de reflexionar sobre una ciudadanía comunicativa y una dimensión comunicativa de la ciudadanía. Si se parte del presupuesto de que la persona, por el hecho de serlo, tiene derechos, entonces la comunicación es un derecho consustancial a la persona. Aún más, si

los derechos tienen un tiempo histórico, los tiempos actuales, de centralidad de los flujos de información y predominio de los medios de masas, justifica históricamente la necesidad de considerar a la comunicación uno de los derechos por el que hay que luchar: las circunstancias objetivas así lo exigen.

Paradójicamente, la comunicación es tan vieja como los humanos, a pesar de ello, la comunicación como un derecho, todavía no alcanza mayoría de edad. En estos contextos de predominio de la información, de multiculturalidad, multisocialidad y falta de credibilidad en las instituciones oficiales, se hace necesaria la construcción de una ciudadanía comunicativa que garantice a los individuos sus derechos democráticos a la comunicación y a la justicia comunicativa. Sin embargo, la construcción de una ciudadanía de este tipo enfrenta problemas como la prioridad que desde los Estados y gobiernos se otorga a las empresas privadas de comunicación, favoreciendo la mercantilización de los medios y los productos comunicativos, y menguando, focalizando y limitando las políticas públicas. A esta barrera habría que agregar la inseguridad social que mantiene presente la pobreza, la cual desmoraliza a los individuos, disuelve los lazos sociales, afecta la confianza individual y colectiva de los agentes sociales, impide comprender el presente para proyectar y construir reflexivamente el futuro, y condena a amplios sectores de la población a la precariedad, como forma de inseguridad estructural permanente. A esto habría que agregar que la ciudadanía real se encuentra mediada por condiciones de desigualdades de clase y diferencias sociales de grupo. De esta manera el derecho a la comunicación como prerrogativa universal se vería condicionada por las circunstancias históricas y el estatus social y jurídico alcanzado por los individuos. Se tendría que reconocer que los derechos ciudadanos en comunicación no evitan la exclusión económica y la diferencia cultural, pero sí crean las condiciones para superarlas.

Además, es sabido que ni la ciudadanía ni los derechos ciudadanos han sido resultados de simples concesiones de parte de los Estados, sino producto de las luchas que históricamente han dado diferentes sectores de la sociedad. Sin embargo, pocas veces se han planteado estos sectores la lucha por el derecho a la comunicación como una meta a alcanzar. Entonces, hace falta desarrollar la tarea que conduzca a que la comunicación se construya como una necesidad y una práctica compartida basada en el diálogo, la disertación, la discusión, la argumentación, la confrontación de puntos de vista, para, de

esta manera, aparecer como posible, necesaria y como asunto de interés público para el conjunto de la población.

Bajo estas condiciones la institucionalización de la ciudadanía comunicativa reforzará una lógica social comunicativa previa, que ya viene desarrollándose, y que tomará cuerpo en un estatuto jurídico que colocará a la ciudadanía en un rango comunicativo que reconozca a los individuos como actores sociales con derechos y deberes comunicativos. Esta ciudadanía considera los derechos comunicativos de los individuos y los grupos y las instituciones que los pueden garantizar; y los niveles de virtudes cívicas comunicativas y de identidad comunicativa ciudadana. Es una ciudadanía con participación activa en los asuntos públicos comunicativos para conquistar, mantener o profundizar esos derechos a la comunicación; con ciudadanos comunicativamente tolerantes y activos participantes en asuntos públicos relacionados con la comunicación. Es una ciudadanía comunicativa que favorece las orientaciones imbricadas de acción para la responsabilidad cívica comunicativa, la creencia y el saber social en la comunicación, el igualitarismo comunicativo y un individualismo del mundo orientado a una comunicación global, compartida. Esto permite ubicar a la persona más allá de los criterios de la pertenencia a un Estado-nación, y así estar en posibilidades de demandar a esta institución, políticas públicas de carácter comunicativo, que favorezcan la comunicación.

De esta manera, si el derecho a la comunicación se convierte en una garantía colectiva, legalmente instituida; que le reconoce al sujeto el estatus de miembro de hecho y de derecho a participar en la propiedad social y gozar de los beneficios de la ciudadanía, entonces, este derecho estaría en la base de la constitución de una ciudadanía comunicativa. Sin embargo, este tipo de ciudadanía comunicativa ha de estar vinculada de forma estrecha a la idea de equilibrio de derechos y obligaciones individuales y de grupo en, para y desde la comunicación, y como una mediación que posibilite la relación del ciudadano con una comunidad específica a la que pertenezca.

Desde una posición pluralista cultural se considera que cada grupo en particular posee exigencias comunicativas propias, lo que hace necesaria una ciudadanía comunicativa diferenciada e incluyente de los individuos y de los diferentes grupos, con políticas comunicativas diversificadas. Los derechos comunicativos/ciudadanos de grupo deben considerarse en función de varios niveles: derechos comunicativos especiales de

representación; derechos de autogobierno comunicativo; y derechos comunicativos multiculturales.

A pesar de lo dicho, una ciudadanía comunicativa como ésta, no se reduce al estatus legal (derechos y responsabilidades comunicativos), incluye también identidad (sentido de pertenencia a una comunidad política, con bienes y herencias comunicativas comunes). De la misma manera, habría que abandonar la visión de desarrollo lineal de la construcción ciudadana comunicativa, que visualiza en secuencia progresiva el reconocimiento de derechos civiles (libertad de expresión comunicativa y propiedad comunicativa), políticos (participación democrática en la formación de la opinión sobre asuntos de comunicación), y sociales (garantía de recibir los beneficios colectivos del Estado en el terreno comunicativo).

La ciudadanía comunicativa ha de significar desde del Estado y desde las expresiones sociales, favorecer el empoderamiento democrático de los ciudadanos en todo sentido, y en particular el empoderamiento comunicativo, con medidas que permitan la descentralización de las decisiones y las prácticas comunicativas que lleven a los ciudadanos a una participación comunicativa responsable y bajo criterios de interés colectivo. Particularmente, una tarea fundamental del Estado, es la de hacer de la comunicación parte de ese interés general de la sociedad, al mismo tiempo que cumple un papel activo como favorecedor de los procesos de ciudadanización de la comunicación, que garantice los derechos y las obligaciones comunicativas de los diferentes agentes sociales. De esta manera, la ciudadanía comunicativa tiene que contar con el respaldo de políticas públicas que posibiliten pensar al individuo en la lógica de considerarle productor, gestor y vigilante de los procesos públicos de comunicación de interés y beneficio general.

6.12 Palabras finales.

Considerando estos puntos de llegada se pueden identificar otras rutas de investigación que se abren. Por ejemplo: las reconfiguraciones que a nivel local y global se vienen operando en *lo público/ciudadano*; las transformaciones estructurales que sirven de referente para esas modificaciones prácticas/históricas de *lo público/ciudadano*; las maneras en que estas transformaciones de *lo público/ciudadano* se manifiestan de forma

concreta en los diferentes campos (económico, social, político, académico, v.gr.); las posiciones sociales alcanzadas por los diferentes agentes que les han posibilitado una acumulación de fuerzas determinada, desde donde construyen sus prácticas y sus representaciones simbólicas sobre *lo público/ciudadano*; el papel particular que desempeña el campo comunicativo dentro de estos procesos de reconfiguración de *lo público/ciudadano*; la manera particular en que operan sub-campos mediáticos para contribuir en esa tarea de reconfiguración; el papel singular que desempeñan la comunicación en cada uno de los campos para incidir en estos procesos; la manera en que otro tipo de formatos mediáticos y televisivos influyen en la acumulación de fuerzas de capital material, económico y simbólico para favorecer el predominio de ciertos agentes en las actuales condiciones históricas; las modalidades diversas en que se configuran los *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)* no sólo en los medios, sino también en la ciudadanía no movilizadora y en los sectores no organizados de la población; las diferentes experiencias locales que han mostrado formas alternativas de comunicación y de uso de medios; las formas diversas en que desde los agentes dominados se han construido *enmarcamientos comunicativos (communicative framing)*; las posibilidades y limitaciones que ofrecen las tecnologías de la información para modificar la relación de fuerzas comunicativa entre los agentes sociales en los diversos campos; y los procesos comunicativos subyacentes en los diversos movimientos sociales; y el significado que asumiría la definición de estrategias de construcción de una plataforma comunicativa desde los movimientos sociales. Éstas son rutas por transitar y retos por enfrentar. Las puertas quedan abiertas, ahora el reto es abordarlas de manera crítica y científica. La comunicación no sólo tiene presente, sino también un futuro distinto al ofertado por la razón instrumental.

La investigación comunicativa que aspira a comprender los fenómenos de la comunicación, sólo puede ser una investigación situada históricamente. Esto quiere decir localizada espacial y temporalmente respecto al sujeto que investiga y respecto a las características de la realidad investigada; localizada en los contextos sociales, culturales, económicos y políticos en que se desenvuelve; y localizada en sus posicionamientos epistemológicos, teóricos, metodológicos y prácticos. Pensar la comunicación entonces pasa, entonces, por pensar los contextos desde donde se piensa y se hace la comunicación.

Los contextos históricos cumplen una función fundamental en la construcción del conocimiento sobre la comunicación. El propio peso que adquieren los medios en la modernidad, han intensificado que el interés en el estudio de la comunicación se traslade a los medios y a los procesos que se hacen presentes a raíz de la relevancia que adquieren las tecnologías de la información. Sin embargo, el gran riesgo es que el investigador se deje seducir y aprisionar por ellos. ¿Por qué se dice esto?

Es necesario estar atentos al hecho de que más que en ningún otro periodo histórico de la humanidad, la importancia de la comunicación ha sido tan evidente para individuos, grupos, clases e instituciones. El papel que cumple en la vida cotidiana es innegable. Empero, el reconocimiento de la comunicación no corresponde a la comprensión que sobre ella se ha alcanzado. Así, siendo la comunicación la actividad más rutinaria, es al mismo tiempo de las menos pensadas. Y es que en la medida que la comunicación es una práctica cotidiana, que envuelve el conjunto de los quehaceres sociales, eso la hace aparecer tan próxima, que no se le reconoce, no se le ve, porque se le ha naturalizado, normalizado.

Comunicativamente existen contextos tecnológicos abrumadores, que tienden a obnubilar las visiones. Esto hace que entre más se hace presente la comunicación, y entre más se hable de ella, al mismo tiempo, mayormente se reduce su comprensión a la de las expresiones tecnológicas, y más aflora el sentido común deslumbrado por la imponente magnificencia y omnipresencia de estos dispositivos. Con esto, la comunicación aparece ligada irremediabilmente a la técnica y al mercado; se olvida que los medios son sólo eso, medios. Y presos de la inmediatez abrumadora de las tecnologías se olvidan los procesos y los sujetos sociales que están en la base de la comunicación. Entre más se dota fetichistamente de poder a las cosas/tecnológicas, más extrañamientos y postraciones hay ante ellas, y menos se piensan las relaciones objetivas y las interacciones intersubjetivas

que se desarrollan entre los sujetos que hacen y usan esas tecnologías. También, menos se consideran a los contextos en que se desenvuelve la comunicación; menos se atienden las mediaciones e hipermedia iones que operan en la construcción subjetiva de sentido compartido; y menor preocupación hay por escudriñar en las relaciones de poder y la variedad de formas de violencia simbólica que están en la base del acceso y el uso de la tecnología, y de las representaciones que sobre ella se construyen. Así, mientras más se dirige la vista a la infraestructura tecnológico/material, menos se alcanzan a reconocer los diversos procesos que están en la raíz y en las vertebras de la comunicación misma. El riesgo radica en que, al reducir la comunicación a sus dispositivos, cuando se hace esto, se cosifica lo que de humano, social, económico, cultural y político, por esencia, hay en ella.

Se puede reconocer que se ha vuelto un lugar común el decir que la comunicación es un eje fundamental en el desenvolvimiento de las sociedades actuales. Es necesario romper esa prescripción, y considerar central la comunicación como reflexión, donde los contextos formen parte de los contenidos de los saberes comunicativos, y éstos formen parte de los contextos, no como algo externo a ellos, sino como una totalidad constituyente de éstos. Como se verá, las transformaciones que ocurren en el terreno estructural tocan a la comunicación, por eso es indispensable pensarla de otra manera.

Es necesario intentar cerrar la brecha que existe entre lo práctica comunicativa cotidiana de los individuos, las conceptualizaciones e investigaciones comunicativas de los académicos, y los acuciantes problemas sociales que enfrenta el mundo en la actualidad, sin reducirlos a una cuestión de intercambio de sentidos, sino considerando, además, las bases estructurales desde donde se construyen los intercambios comunicativos. Adentrarse en el camino de los procesos comunicativos no significa menospreciar las manifestaciones tecnológicas. Por el contrario, significa, partir de ellas para recuperar las historias olvidadas, silenciadas, marginadas, excluidas e invisibilizadas de la comunicación. Por lo que se tiene que tener claro que la mejora tecnológica no ha traído mejora en la comprensión entre los grupos, y que mostrar a los otros en los medios, no significa comprenderlos. La tarea consiste, entonces en tratar de romper con el fetiche tecnológico de la comunicación y recuperar las voces dichas pero no escuchadas; las figuras presentes pero no reconocidas; las imágenes existentes pero no percibidas.

Es necesario mantener una postura de acercamiento para entender las realidades comunicativas y sus contextos, pero simultáneamente se hace indispensable el distanciamiento, para no involucrarse en su lógica mercantil, instrumental, pragmática. La incompreensión de la comunicación o su identificación con las prácticas comunicativas neoliberales hacen que se identifique comunicación con ganancia, instrumentalismo, pragmatismo, medios de masas. Lo que resultará de ello será un saber comunicativo instrumentalizado, funcional a las exigencias de dominio y legitimidad de las clases, grupos e instituciones de poder. Se tiene que reivindicar otro tipo de comunicación, distinta a la hegemónica.

En cambio, lo que se necesita es un pensamiento y una práctica comunicativa que busquen superar críticamente la visión instrumentalista, mercantilista y mediática de la comunicación, se tiene que dar cabida en sus intereses de estudio a esas nuevas formas de comunicación que se expresan en prácticas, voces, creencias y saberes de los individuos que las tecnologías silencian o muestran bajo criterios estigmatizadores mas no visibilizadores.

Entonces, si los contextos han cambiado, los objetos de estudio de la comunicación también deben modificarse en concordancia con estas transformaciones, y comprometerse con el acontecer social actual. Pero no se trata sólo de hacer de los agentes subordinados objetos de estudio, sino de construir investigaciones que favorezcan otras y renovadas formas de comunicación en la sociedad. Se hace urgente una atención investigativa sobre la comunicación que vaya más allá de la práctica de inmediatez, de la descontextualización, y de la primacía de los intereses económicos y de grupo académico.

La comunicación la reconocemos como una construcción de relación con los otros, aunque en la investigación el problema debe plantearse desde una perspectiva histórica que hace necesario plantearse preguntas: relacionarse ¿quiénes? (participantes), ¿para qué? (finalidad), ¿cómo? (modalidad), ¿dónde? (lugar), ¿cuándo? (tiempo) y ¿cuánto? (cantidad). En otro sentido, la comunicación es un derecho de todos: derecho a expresarse y el derecho a escuchar lo que otros dicen. Esto implica un esfuerzo normativo y funcional para hacerse entender manteniendo una identidad autónoma; una posibilidad material, social y cognitiva de contar con los recursos informativos para el desempeño práctico cotidiano; una disposición para apropiarse de las condiciones y entender las

manifestaciones comunicativas provenientes de diferentes culturas; una disposición de entender respetuosamente al otro como alguien importante en su diferencia/igualitaria de situación, identidad, ideas, creencias y expectativas; una comprensión y esfuerzo por hacerse comprender. Sólo de esta manera se puede construir un verdadero diálogo comprensivo. De esta manera, la comunicación cumple una función fundamental como herramienta creadora de universos compartidos en *marcos (frames)* interpretativos comunes, que favorezcan la convivencia humanitaria en diversidad. En el propio campo académico, la comunicación puede ser un punto de referencia desde donde se construyan diálogos intersticiales entre disciplinas diversas.

Empero, entre más se desarrollan nuevos dispositivos tecnológico informacionales y se incrementan los intercambios comunicativos masivos, más condiciones e imaginarios se involucran en los procesos comunicativos, y más dificultades se presentan para construir una comunicación compartida, comprensiva, democrática, horizontal, empática y humanista. Bajo estas condiciones es más viable la presencia de formas de incomunicación, pero también de esfuerzos por comprender y ser comprendidos. Estas exigencias no se reducen al desarrollo de ciertas habilidades para usar las técnicas y los dispositivos por parte de los individuos. Se puede contar con las competencias y habilidades para el uso de dispositivos tecnológicos, y sin embargo, esto no resuelve el problema de la comunicación. Saber usar las técnicas no garantiza la preocupación por conocer y comprender a los interlocutores en sus diferentes ámbitos técnicos, económicos, sociales y culturales. De ahí que lo esencial de la comunicación no son sus técnicas, ni sus usos o sus mercados, sino su dimensión humanista y sus valores político/democráticos, que no existen *per natura*, sino que tienen que construirse socio/históricamente, reconciliando las dimensiones técnicas y económicas de la comunicación con sus dimensiones sociales, culturales y políticas, sin reducir estas prácticas al terreno estatal. Hay otras posibilidades desde los espacios públicos, que se deben construir y concretar. Hacia allá se debe dirigir el compromiso.

ABELLO T., Ignacio (2005) *La contravía entre lo público y lo privado hoy en día*. En: *Hacer visible lo invisible: Lo privado y lo público*. Departamento de Filosofía. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de los Andes. Bogotá, Colombia.

ACEVES GONZÁLEZ, Francisco de Jesús (1991). “La televisión y los tapatíos. Un atisboro al entreveramiento horario de transmisión, menú programático y patrones de exposición”. *Revista Comunicación y Sociedad*, No. 13, septiembre-diciembre. Universidad de Guadalajara, México.

ADELANTADO, José, José Antonio Noguera y Xavier Rambla (2000) “*El marco de análisis: Las relaciones complejas entre estructura social y políticas sociales*” en J. Adelantado (Coord.), *Cambios en el Estado de Bienestar. Políticas sociales y desigualdades en España*, Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

AGUILAR Villanueva, Luis F (1989). *Rasgos de la vida pública mexicana*. En *Sociológica*. Revista del Departamento de Sociología, UAM-Atzacapotzalco. Vol: Año 4, Número. 11, septiembre-diciembre de 1989.

ALFARO, Rosa María (2008) *Medios de comunicación y esfera pública democrática*, en *Antología de Comunicación para el Cambio Social*, compilado por A.Gumucio- Dagron y T. Tufte. La Paz: Plural. Págs. 1253-1260.

ALMEYRA, C. G. (2005). *Los movimientos sociales en Argentina, 1990-2005*. *Argumentos*, 43-68.

ALONSO, Jorge (2007). “Aproximaciones a los movimientos sociales”. Conferencia que dictó el 14 de septiembre de dicho año en el marco de la inauguración de los posgrados del CIESAS Pacífico Sur y Distrito Federal.

ALTHEIDE, David (1987). “Format and Symbols in TV Coverage of the Terrorism in the Unites States and Great Britain”. *International Studies Quarterly* 31, pp. 161-176.

ÁLVAREZ Mendiola, Rubén (2004). “Inexistente radio pública. Sería una alternativa ante las emisoras comerciales”. Publicado como artículo en la Revista Etcétera, mayo. "<http://www.etcetera.com.mx/pag33ne43.asp>"

ÁLVAREZ Teijeiro, Carlos (2000) *Comunicación, Democracia y Ciudadanía. Fundamentos teóricos del Public Journalism*. Ediciones CICCUS, La Crujía, Tucumán, Argentina.

ANDER-EGG (1995). *Técnicas de investigación social*. Editorial Lumen, Buenos Aires, Argentina).

ANDERSON, James A. (1996): “Communication Theory Analysis”, *Communication Theory, epistemological foundations*. New York and London: The Guilford Press, p.200-221.

- ANG, I. (1997). "Cultura y comunicación. Hacia una crítica etnográfica del consumo de los medios en el sistema mediático trasnacional". En Daniel Dayan (comp.), *En busca del público*, Ed. Gedisa, Barcelona.
- ARENDDT, Hannah (1998). *La condición humana*. Paidós, Barcelona, España.
- ARIAS Maldonado, Manuel (2008). *La globalización de los movimientos sociales y el orden liberal*. Revista Española de Investigaciones Sociológicas (Reis), No. 124, 2008, pp. 11-44.
- ARFUCH, Leonor (2002). *El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*. FCE. Buenos Aires.
- ARREDONDO Ramírez, Pablo (1986) "Los medios de comunicación en Jalisco". Cuadernos de Difusión Científica Núm. 3. Guadalajara: U de G.
- ARREDONDO RAMIREZ, Pablo (2006). *Encuesta estatal sobre medios y audiencias en Jalisco*. Guadalajara, Universidad de Guadalajara-CUCSH.
- AYORA, Díaz, Steffan Igor (2007). *Translocalidad y la antropología de los procesos globales: saber y poder en Chiapas y Yucatán*. Universidad Autónoma de Yucatán, Cornell University.
- AYÚS Reyes, Ramfis (2001). "El discurso de las pasiones o las pasiones del discurso: incursión al análisis de narrativas pasionales". Se publicó en: *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* Vol. VII, época II, No. 14. Editorial: Programa Cultura Universidad de Colima.
- BECK, Ulrich (1997). *La modernidad reflexiva: Política, tradición y estética en el orden social moderno*. Editorial Alianza, Madrid, España.
- BECK, Ulrich (1998). Beck, Ulrich (1998) *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Editorial Paidós, Barcelona, España.
- BEISTEGUI, Dolores (2003) *Indispensables, los medios públicos. Habrá que impulsar un marco jurídico que defina sus funciones*. Publicado en la Revista Etcétera, diciembre. <http://www.etcetera.com.mx/pag56ne38.asp>
- BENSAID, Daniel (2006) "Multitudes ventrílocuas". En publicación: *Umbrales no. 14*. CIDES-UMSA, Postgrado de Ciencias del Desarrollo, Universidad Mayor de San Andrés. Bolivia: Bolivia. Septiembre. 2006.
- BERGER, Peter y LUCKMANN, Thomas (1983). *La construcción social de la realidad*. Editorial Amorrortu, Buenos Aires, Argentina.

- BÖCKELMANN, F. (1983). *Formación y funciones de la opinión pública*. Gustavo Gili, Barcelona, España.
- BONNETT Vélez, Diana (2005) *Lo público y lo privado desde la perspectiva histórica*. En Ignacio Abello T. compilador: *Hacer visible lo invisible: Lo privado y lo público*. Departamento de Filosofía. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de los Andes. Bogotá, Colombia.
- BOURDIEU, Pierre (1988). *Cosas dichas*. Editorial Gedisa, Buenos Aires, Argentina.
- BOURDIEU, Pierre (1990). *Sociología y cultura*. Ed. Grijalbo/CONACULTA. México.
- BOURDIEU, Pierre (1995). *Respuestas por una antropología reflexiva*. Editorial Grijalbo, México.
- BOURDIEU, Pierre (1997). *Sobre la televisión*. Editorial Anagrama, Barcelona, España.
- BOURDIEU, Pierre (1999). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Editorial Anagrama, Barcelona, España.
- BOURDIEU, Pierre (2000) *Poder, derecho y clases sociales*. Editorial Desclée de Brower, S.A. Bilbao, España.
- BOURDIEU, Pierre (2000a). *Cuestiones de sociología*. Ediciones Istmo, Madrid, España.
- BOURDIEU, Pierre (2003). *El oficio del científico: ciencia de la ciencia y reflexividad*. Editorial Anagrama, Barcelona, España.
- BOURDIEU, Pierre (2002). *Intervenciones 1961-2001. Ciencia social y acción política*. Editorial Agone, Marsella, Francia, en co-edición con Editorial Hiru Hondarribia, Francia y Editorial cubana Ciencias Sociales.
- BOURDIEU, Pierre (2008) *Homo academicus*. Editorial Siglo XXI, Buenos Aires, Argentina.
- BOVENTER, Hermman (1995). “El poder de los medios de comunicación”. En THESING, Josef y HOFMEISTER, Wilhelm, ed. (1995). *Medios de comunicación, democracia y poder*. Konrad Adenauer Stiftung AC/Centro Interdisciplinario de Estudios sobre el Desarrollo Latinoamericano.
- BOVENTER, Hermman (1995a). “La impotencia de los medios de comunicación – Su capitulación ante la realidad”. En THESING, Josef y HOFMEISTER, Wilhelm, ed. (1995). *Medios de comunicación, democracia y poder*. Konrad Adenauer Stiftung AC/Centro Interdisciplinario de Estudios sobre el Desarrollo Latinoamericano.

- BROSIUS, Hans-Bernd Brosius y EPS Peter Eps (1995). "Prototyping through Key Events", *European Journal of Communication* 10(3), pp. 391-412.
- BUNGE, Mario (1981). *Epistemología, curso de actualización*. Editorial Ariel, Barcelona, España.
- BUTLER, Judith (2006). *Vida precaria. El poder del duelo y la violencia*. Espacios del Saber No. 57, Editorial Paidós.
- CALLE, Ángel (2007). *El estudio del impacto de los movimientos sociales. Una perspectiva global*. Revista Española de Sociología (Reis). No. 120., pp. 133-153.
- CAMPS, Victoria (2004) *Opinión pública, libertad de expresión y derecho a la información*. En Conill, Jesús y Vicente Gozávez (coord.) (2004) *Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*. Editorial Gedisa, Barcelona. España.
- CANEL, M.J. y SANDERS, K. (2006) *Morality Tales. Scandal and The Media in Britain and in Spain*, Hampton Press, Nueva Jersey.
- CARBONELL, Miguel (2005). *Los derechos fundamentales en México*, UNAM-Porrúa-CNDH, México, Capítulo V: "Los derechos sociales".
- CAREY, James W. (1989): "1: A Cultural Approach to Communication", *Communication as Culture. Essays on Media and Society*. New York & London: Routledge.
- CASTELLS, Manuel (1999). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura: Fin de milenio*. Ed. Siglo XXI, Madrid, España.
- CASTELLS, Manuel (2009) *Comunicación y poder*. Alianza Editorial, Madrid, España.
- CASTELLS, Manuel (2009a). *Comunicación y poder*. Boletín: Sociedad de la Información. Se obtuvo el 10 de octubre del 2009. Se obtuvo el 23 de noviembre del 2009.
http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/SHI/seccion=1188&idioma=es_ES&id=2009100116310137&activo=4.do?elem=6844
- CEBRÍAN Herreros, Mariano (2001). *Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*. Editorial Síntesis, Madrid, España.
- CERTEAU, Michel de (1995). *La toma de la palabra y otros escritos políticos*. Universidad Iberoamericana, Plantel Santa Fe, Departamento de Historia, México DF.
- CERVANTES BARBA, Cecilia (1993) "Mediaciones organizacionales en la construcción de la realidad pública de Jalisco. El caso de los noticieros televisivos Al Tanto". Guadalajara: CEIC/Universidad de Guadalajara. Proyecto de investigación.

CERVANTES BARBA, Cecilia (1996). “Valores noticiosos en el periodismo televisivo de nota roja. Búsqueda articulada de indicadores empíricos”. Revista Comunicación y Sociedad, No.25-26, enero-abril, Guadalajara, México.

CERVANTES BARBA, Cecilia (1996a). “Construcción primaria del acontecer y planeación de la cobertura informativa Propuesta metodológica para su estudio”. Revista Comunicación y Sociedad, No.28, septiembre-diciembre, Guadalajara, México.

CEVALLOS, Maritza y Gabriel ALBA, Gabriel (2003) “Representaciones del poder. Sujetos, metáforas y espacios de comunicación, cultura y poder”. En Signo y Pensamiento No. 43, Volumen XXII, julio-diciembre. Departamento de Comunicación. Facultad de Comunicación y Lenguaje, Pontificia Universidad Javeriana.

CHIHU AMPARÁN, Aquiles (1999). “Estrategias simbólicas y marcos para la acción colectiva”, en: POLIS 99, Anuario de Sociología, pp. 41-65, UAM-Iztapalapa, México.

CHIHU AMPARÁN, Aquiles y LÓPEZ Gallegos, Alejandro (2000) “El enfoque dramático en Erving Goffman”, en: POLIS 2000, Anuario de Sociología, pp. 239-255, UAM-Iztapalapa, México.

CHIHU AMPARÁN, Aquiles (2006). El "análisis de los marcos" en la *sociología de los movimientos sociales*. Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa. Universidad Autónoma Metropolitana. México.

CHIHU AMPARÁN, Aquiles (2010). El *framing* del spot político. Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa y Miguel Ángel Porrúa, México.

CLAUSO, Raúl (2007). *Cómo se construyen las noticias: los secretos de las técnicas periodísticas*. La Crujía, Ediciones. Buenos Aires, Argentina.

CONACULTA, (2003). *Encuesta nacional de prácticas y consumo culturales*. México.

CONNOLLY, William E. (2005). *Pluralism*. Durham, EUA: Londres, Inglaterra: Duke University.

CONSEJO Económico y Social de Jalisco para el Desarrollo y la Competitividad (2009) *El Plan Estatal de Desarrollo Jalisco 2030. Una Evaluación Autónoma y Ciudadana*. CESJAL, Guadalajara, México.

CONSEJO Económico y Social de Jalisco para el Desarrollo y la Competitividad (2010). *Informe socioeconómico del Estado de Jalisco, 2009. Balance de una década*. CESJAL, Guadalajara, México.

CORTINA, Adela (1997): “Ciudadanía social”, en Ciudadanos del mundo, Alianza Editorial, Madrid, pp. 65 – 96.

CORTINA, Adela (2001). *Ciudadanos del Mundo. Hacia una teoría de la ciudadanía*. Alianza Editorial, Madrid, España.

CORTINA, Adela (2004). *Ciudadanía activa en una sociedad mediática*. En Conill, Jesús y Vicente Gozávez (coord.) *ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*. Editorial Gedisa. Barcelona, España.

CURRAN James (1998): “Repensar la comunicación de masas”. En CURRAN, MORLEY y WALKERDINE (Comps.), *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*. Barcelona: Paidós.

CEVALLOS, Maritza y ALBA, Gabriel (2003) “Representaciones del poder. Sujetos, metáforas y espacios de comunicación, cultura y poder”. En *Signo y Pensamiento* No. 43, Volumen XXII, julio-diciembre. Departamento de Comunicación. Facultad de Comunicación y Lenguaje, Pontificia Universidad Javeriana.

CORTÉS Rodríguez, Luis y CAMACHO Adarve, Ma. Matilde (2003). *¿Qué es el análisis del discurso?* Ediciones OCTAEDRO, Barcelona, España.

D'ANGELO, P. (2002). “News Framing as a Multiparadigmatic Research Program: A Response to Entman”, *Journal of Communication* 52 (4), pp. 870-888.

DAGNINO, Evelina (2007) “Todas las personas tenemos derechos, pero...”: conceptos de ciudadanía en pugna en Brasil. En Kabeer, Naila (2007) *Ciudadanía incluyente: significados y expresiones*. Universidad Nacional Autónoma de México, Programa Universitario de Estudios de Género, México.

DAHLGREN, Peter (1997) “Convertir las imágenes en instrumento. ¿Para qué?” En Veyrat-Masson y Daniel Dayan (1997) “Espacios Públicos en imágenes”. Editorial Gedisa. Colección EL MAMÍFERO PARLANTE, Barcelona, España.

DAYAN Daniel (1997) “Entre lo público y lo privado: la construcción social de las imágenes”. En Veyrat-Masson y Daniel Dayan (1997) “Espacios Públicos en imágenes”. Editorial Gedisa. Colección EL MAMÍFERO PARLANTE, Barcelona, España.

DELAMATA, Gabriela (Comp.) (2005). *Ciudadanía y territorio. Las relaciones políticas de las nuevas identidades sociales*. Editorial Espacio, Buenos Aires, Argentina.

DELLA PORTA, Donatella (1999). “Protest, Protester and protest policing: Public discourses in Italy and Germany from the 1960s to the 1980s”, en Marco Giugni, Doug McAdam y Charles Tilly (eds.), *How social movements matter*, Minneapolis y Londres, University of Minnesota Press, pp. 88-96.

DEWEY, John (2004). *La opinión pública y sus problemas*. Ed. Morata, Madrid, España.

DE ZUBIRÍA Zamper, Sergio (2005) *La vida pública: arquetipo de nuestra actualidad*. En, Ignacio Abello T, compilador: *Hacer visible lo invisible: Lo privado y lo público*. Departamento de Filosofía. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de los Andes. Bogotá, Colombia.

DIRHAMS Peters, John y Eric W. Rothenbuhler (1997) “Más allá del temor a las imágenes. La realidad de la construcción”. En Veyrat-Masson y Daniel Dayan (1997) “Espacios Públicos en imágenes”. Editorial Gedisa. Colección EL MAMÍFERO PARLANTE, Barcelona, España.

DÖRNER, Andreas (1995). “El lenguaje político –Instrumento e institución de la política”. En THESING, Josef y HOFMEISTER, Wilhelm (1995). *Medios de comunicación y poder*. Konrad Adenauer-Stiftung y Centro Interdisciplinario de Estudios sobre el Desarrollo Latinoamericano, Buenos Aires, Argentina.

DUARTE, Eduardo (2003). “Por una epistemología da comunicação”. En Vasallo de Lopes, Immaculata: *Epistemología de la investigación*. Ediciones Loyola, Sao Paulo, Brasil.

DURKHEIM, Emile (2004). *El suicidio*. Editorial Tomo, México.

ENGELS, Fiedrich (2002). *El papel del trabajo en la transformación del mono en hombre*. Editorial, Colofón, México.

ENTMAN, Robert M. (1993) “Framing: toward clarification of fractured paradigm”, *Journal of Communication* 43 (4), pp. 51-58.

ESCALANTE, Gonzalbo (2011) “Homicidios 2008-2009. La muerte tiene permiso”. Revista Nexos en línea, México.
<http://www.nexos.com.mx/?P=leerarticulo&Article=1943189>. Recuperado el 10 de enero de 2011.

ESTEINOU Madrid, Javier (2003). *La mano invisible*. Revista Etcétera, México, marzo. Se recuperó el 12 de octubre de 2007: <http://www.etcetera.com.mx/pag42ne29.asp>

ESTEINOU, Javier (2007). *Los Nuevos Tiempos Históricos para la Transformación de los Medios de Comunicación de Servicio Público*. Razón y palabra Número 59, noviembre. Se obtuvo el 30 de septiembre de 2007.
<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/n59/jesteinou.html>

ENTMAN, R. (1993) Framing: toward clarification of a fractured paradigm, *Journal of Communication*, Vol. 43, n. 4, pp. 51-58.

ENTMAN, R. (2003) “Cascading Activation: contesting the White House’s frame after 9/11”, *Political Communication*, Vol. 20, n. 4, pp. 415-432.

ESTEINOU Madrid, Javier (septiembre del 2007). "Los nuevos tiempos históricos para los medios de comunicación de servicio público en México". Relatoría. Palacio de Minería, Ciudad de México, 27 y 28 de septiembre del 2007.

FALS BORDA, Orlando (1989). "Movimientos sociales y poder político", en Análisis político, Bogotá (Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional), No. 8, septiembre-diciembre, 49-58. Se obtuvo el 10 de diciembre de 2009.

<http://www.lablaa.org/blaavirtual/revistas/analisispolitico/ap8.pdf>

FARINETTI, Marina (2002). *La conflictividad social después del movimiento obrero*. Revista Nueva Sociedad, No. 182, noviembre-diciembre. Se obtuvo el 15 de diciembre de 2009.

http://www.nuso.org/upload/articulos/3088_1.pdf

<http://www.nuso.org/revista.php?n=182>

<http://sociologia.fsoc.uba.ar/programas/ta/ta57X.pdf>

FARIÑAS Dulce, Ma. José (2005). *Mercado sin ciudadanía. Las falacias de la globalización neoliberal*. Ed. Biblioteca Nueva, Madrid, España.

FERRO, Marc y WOLTON, Dominique (1997) "Guerra y deontología de la información". En Veyrat-Masson y Daniel Dayan (1997) "Espacios Públicos en imágenes". Editorial Gedisa. Colección EL MAMÍFERO PARLANTE, Barcelona, España.

FERRY, Jean-Marc (1995) "Las transformaciones de la publicidad política". En Jean-Marc Ferry, Dominique Wolton y otros "El nuevo espacio público". Editorial Gedisa, colección El Mamífero Parlante, Serie Mayor, Barcelona, España.

FILGUEIRA, Fernando (2005). *Welfare and Democracy in Latin America: The Development, Crises and Aftermath of Universal, Dual and Exclusionary Social States*, Geneva: UNRISD.

FONTCUBERTA, Mar de (1993). *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Editorial Paidós, Papeles de Comunicación 1, Barcelona, España.

FLOWERAKER J. y LANDMAN, T.(1997) *Citizenship rights and social movements*. Nueva York, Oxford University Press.

FRASER, Nancy (1997). *Iustitia Interrupta: reflexiones críticas desde la posición post-socialista*. Universidad de los Andes y Siglo del Hombre Editores, Bogotá.

FUENTES NAVARRO Raúl y SÁNCHEZ RUIZ Enrique (1989). *Algunas condiciones para la investigación científica en México*, ITESO (Huella, Cuadernos de Divulgación Académica, No. 17) Guadalajara, México.

FUENTES Navarro, Raúl (1991). *La Institucionalización de la Comunicación como Ciencia Social en México. Algunos Aportes teóricos para su investigación*. Se publicó en Comunicación y Sociedad No. 13, CEIC Universidad de Guadalajara.

FUENTES NAVARRO Raúl (2003). *La investigación sobre comunicación en México: sistematización documental 1995-2001*. ITESO, Guadalajara, México.

FUENTES NAVARRO Raúl (2004). "La producción social de sentido sobre la producción social de sentido: una propuesta de re-conocimiento para el campo de estudios de la comunicación". Se publicó en: FUENTES (coord.), RAMÍREZ y DE LA TORRE: Producción, circulación y reproducción académicas en el campo de la comunicación en México, ITESO, Guadalajara, pp.11-46.

FUENTES NAVARRO Raúl (2007). La triple marginalidad de los estudios de la comunicación en México: una re-visión actual. *Revista Culturales*, julio-diciembre. Mexicali, México.

FUENTES NAVARRO, Raúl (2007a). "Comunicación: un campo diverso y complejo". En *Setenta años de periodismo en América Latina*. Ediciones de periodismo y comunicación, Buenos Aires, Argentina.

FUENZALIDA, Valerio (2000). *La televisión pública en América Latina, reforma o privatización*. Editorial Fondo de Cultura Económica, Chile.

GAMSON, W. y MODIGLIANI, A. (1987) The changing culture of affirmative action, en BRAUNGART, R. y BRAUNGART, M (eds.) *Research in Political Sociology*, JAI Press, Greenwich, CT, Vol. 3, pp. 137-177.

GAMSON, William A. y MODIGLIANI, Andre (1989). "Media Discourses and Public Opinion on Nuclear Power : a Constructionist Approach", *American Journal of Sociology* 95(1), pp. 1-37.

GAMSON, William (1992). *Talking politics*, Cambridge, Cambridge University Press.

GAMSON, William y STUART, David (1992), "Media Discourse as a Symbolic Contest: the Bomb in Political Cartoons", *Sociological Forum*, vol. 7, número 1, pp. 55-86.

GARAY Salamanca, Luis Jorge (2000) *Ciudadanía, lo público, democracia*. Texto y notas. Santa Fe, Bogotá. Colombia.

GARCÍA Bermejo, Carmen (2007). *En marcha la reforma legal*. En *El Financiero, Cultural*, 10 de septiembre del 2007.

GEHRING, Hubert (2005) Palabras de presentación en el libro: Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México, A.C. “Democracia y Medios Públicos”. México.

GERHARDS, Jürgen (1995/93?) “Framing dimensions and framing strategies: Contrasting Ideal –and Real- Type Frames”, *Social Science Information*, vol. 34, núm. 2, pp. 225-248.

GHEUDE, Michel (1997) “La reunión invisible”. En Veyrat-Masson y Daniel Dayan (1997) “Espacios Públicos en imágenes”. Editorial Gedisa. Colección EL MAMÍFERO PARLANTE, Barcelona, España.

GIDDENS, Anthony (1995). *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*. Amorrortu editores, Buenos Aires.

GIMÉNEZ Montiel, Gilberto (1999) *La importancia estratégica de los estudios culturales en el campo de las ciencias sociales*. ITESO, Guadalajara, México.

GIMÉNEZ Montiel, Gilberto (2007) *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. ITESO, Guadalajara, México; Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

GITLIN, Todd (1980). *The Whole World is Watching*. University of California Press, Berkeley, EUA.

GOFFMAN, Erving (1986). *Frame analysis. An Essay on the Organization of experience*. Northeastern University Press, Boston, 1986.

GOFFMAN, Erving (2006): *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Ed. Amorrortu. Buenos Aires, Argentina.

GÓMEZ RODRÍGUEZ, Gabriela y RODELO Frida V. (2009) “El protagonismo de la violencia en los medios de comunicación en la ZMG”. En Diagnóstico sobre la realidad social, económica y cultural de los entornos locales para el diseño de intervenciones en materia de prevención y erradicación de la violencia en la región centro: el caso de la Zona Metropolitana de Guadalajara, Jalisco, México. Secretaría de Gobernación, México.

GOMIS, Lorenzo (1991) *Teoría del Periodismo: Cómo se forma el presente*. Editorial Paidós, México.

GOVELA Espinosa, Roberta, BUSTOS, A. Bernardo A. y BASTIDAS, Ignacio (2007). *La organización de la sociedad civil y el SIDA en Jalisco (1988-2005)*. Gobierno de Jalisco, Coesida, Jalisco y UNIVA, Diversilex.

GOZÁLVEZ, Vicent (2004). “Los relatos del mundo: entre la objetividad y la imparcialidad”. En Conill, Jesús y Vicente Gozálvez (coord.) (2004) *Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*. Editorial Gedisa, Barcelona. España.

GRABER, Doris (1989). "Content and meaning. What's it all about?", *American Behavioral Scientist* 33(2), pp. 144-152.

GUERRERO B., Juan Carlos (1996). *Nuevos movimientos sociales: democracia participativa y acción social al final del milenio*. Colombia Internacional. Facultad de Ciencias Sociales. Departamento de Ciencias Políticas, Abril –junio.

GUTIERREZ SPINDOLA José Luis (1985) "Información y necesidades sociales/los noticieros de Televisa" en *Televisa, el quinto poder*, Raúl Trejo (Coord.), México: Claves Latinoamericanas.

GUIRAUD, Pierre (1979). *La semiología*. Ed. Siglo XXI, México.

GUNDER FRANK, André Gunder y FUENTES María (1987) *Para una nueva lectura de los movimientos sociales*, Revista Nueva Sociedad, No. 93, enero-febrero.

GURZA Lavalle, Adrián (1998). *Estado, sociedad y medios. Reivindicación de lo público*. Plaza y Valdés editores y Universidad Iberoamericana, México.

HABERMAS, Jürgen (1994). *Historia y crítica de la opinión pública*. Editorial Gustavo Gilli, México.

HALLIN Dan y MANCINI, Paolo (1997) "Encuentros en la cumbre: ¿hacia una esfera pública internacional. Guerra y deontología de la información". En Veyrat-Masson y Daniel Dayan (1997) *Espacios Públicos en imágenes*. Editorial Gedisa. Colección EL MAMÍFERO PARLANTE, Barcelona, España.

HERNÁNDEZ Lomelí, Francisco y Guillermo Orozco Gómez (2007) *Televisión en México. Un recuento histórico*. Universidad de Guadalajara, México.

HERNÁNDEZ RAMÍREZ, María Elena (1992) ¿Qué son las noticias? En *Comunicación y Sociedad*, No. 14-15, enero-agosto. Universidad de Guadalajara, México.

HERNANDEZ RAMÍREZ, María Elena (1995) *La producción noticiosa*, Colección Estado, Cultura y Sociedad. Guadalajara: CUCSH/Universidad de Guadalajara.

HERNÁNDEZ RAMÍREZ, María Elena (1997) "La sociología de la producción de noticias. Hacia un nuevo campo de investigación en México". En *Comunicación y Sociedad*, No. 30, mayo-agosto. Universidad de Guadalajara, México.

HUERTA WONG, Juan Enrique y GARCÍA, Eduardo (2008). "La formación de los ciudadanos: El papel de la televisión y la comunicación humana en la socialización política". En *Comunicación y Sociedad*, Nueva Época, No. 10, julio-diciembre. Universidad de Guadalajara, México.

HUMANES, María Luisa. "El encuadre mediático de la realidad social. Un análisis de los contenidos informativos en televisión". Departamento de Sociología y Comunicación Facultad de Ciencias Sociales Universidad de Salamanca, pp. 1-12 en <http://www.comminit.com/en/node/149723/37> (recuperado el 29 de Octubre de 2008).

HUSSERL, Edmund (1995). *Ideas relativas a una fenomenología pura y una filosofía fenomenológica*. Fondo de Cultura Económica, México.

IANNI, Octavio (2000) *Enigmas de la modernidad-mundo*. Editorial Siglo XXI, México.

IBARRA, P., GOMÁ, R., MARTÍ, S. (2002). *Creadores de democracia radical: movimientos sociales y redes políticas públicas*. Editorial Icaria, Barcelona, España.

IRIARTE, Gregorio y ORSINI Puente, Marta (1995). *Conciencia crítica y medios de comunicación: Técnicas de análisis*. Editorial, Dabar, México.

JENSEN, Klaus Bruhn (2002), *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and Quantitative Methodologies*. London & New York: Routledge.

KABEER, Naila (2007) *Ciudadanía incluyente: significados y expresiones*. Universidad Nacional Autónoma de México, Programa Universitario de Estudios de Género, México.

KLANDERMANS, Bert (1994). La construcción social de la protesta y los campos pluriorganizativos", en Enrique Laraña y Josep Gusfield: *Los nuevos movimientos sociales: de la ideología a la identidad*. CIS, Madrid, pp. 183-220.

KOSIC, Karel (1976). *Dialéctica de lo concreto: estudio sobre los problemas del hombre y del mundo*. Editorial Grijalbo, México.

KYMLICKA, Will y Norman, Wayne. *El retorno del ciudadano. Una revisión de la producción reciente en teoría de la ciudadanía*. En *La Política*. Revista de Estudios sobre el Estado y la Sociedad N° 7.

<http://www.inau.gub.uy/biblioteca/ciudadan%EDa/KYMLICKA%20Y%20NORMAN%20EL%20RETORNO%20DEL%20CIUDADANO.pdf>

IBAÑEZ, Jesús (1979). *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: Técnica y crítica*. Editorial Siglo XXI, Madrid, España.

JENSEN, Klaus Bruhn (2002). "The social origins and uses of media and communication research", *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and Quantitative Methodologies*. London and New York: Routledge.

LACLAU, Ernesto (1996). *Emancipación y diferencia*. Buenos Aires: Ariel.

LAHIRE, Bernard (2006): *El espíritu sociológico*. Ed. Manantial, Buenos Aires, Argentina.

LARAÑA, Enrique (1996). *La actualidad de los clásicos y las teorías del comportamiento colectivo*. Revista Española de Investigaciones sociológicas, No. 74. Universidad Complutense de Madrid., pp. 15-43. Se obtuvo el 28 de diciembre de 2009.

http://www.reis.cis.es/REISWeb/PDF/REIS_074_04.pdf

<http://www.reis.cis.es/REIS/jsp/REIS.jsp?opcion=revistas&numero=74>

LARAÑA, Enrique (1999). *La construcción de los movimientos sociales*. Editorial Alianza, Madrid, España.

LASSWELL, H. (1985) "Estructura y función de la comunicación en la sociedad" en Moragas, Sociología de la Comunicación de Masas II. Ed. Gustavo Gili, Barcelona

LATAPÍ, Pablo (2005): "La participación de la sociedad civil en la definición de políticas públicas de educación: el caso de Observatorio Ciudadano de la Educación", en Perfiles Educativos, año/vol. XXVII, # 107, UNAM, México, pp. 7-39.

LECHNER, Norbert (1983). *Especificando la política*. Trabajo presentado al "Taller sobre Estado y política en América Latina" del Departamento de Estudios Políticos del CIDE, México (octubre de 1981) y publicado en Vega, Juan Enrique (ed.): *Teoría y política en América Latina*, CIDE, México 1983.

LOPES de Souza, Marcelo. *Os geógrafos e os movimentos sociais: como cooperar? Dez teses para debate*. <http://www.geografia.ufrj.br/nuped/textos/geografosmovimentossociais-1.pdf>

LÓPEZ, Manuel (1995). *Cómo se fabrican las noticias. Fuentes, selección y planificación*. Ed. Paidós, Paeples de Comunicación 9. Barcelona, España.

LÓPEZ Gallegos, Alejandro y CHIHU Amparán, Aquiles. "El procesamiento simbólico de la protesta: el discurso de opinión en torno a la marcha del color de la tierra", Estudios Sociológicos, XXVI, núm. 78, septiembre-diciembre, pp. 695-723. 2008

LÓPEZ RUELAS, Yolanda del Rocío (1993) "El manejo de la información en el Departamento de Noticias del Canal 4 de Guadalajara". Guadalajara: UNIVA. Tesis de licenciatura.

LORETI, Damián (2008). "Manifestaciones públicas y nuevos actores políticos: derecho de reunión y libre expresión". En De la Peza, María del Carmen (2008). *Comunidad y desacuerdo. Comunicación, poder y ¿nuevos? sujetos de la política*. Fundación Manuel Buendía, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología y Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco, México, DF.

LOZANO, José Carlos (1995) *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Editorial Alhambra Mexicana.

LUCKÁCS, Georg (1969). *Historia y consciencia de clase*. Ed. Grijalbo, México.

LULL, James (1995). *Medios de comunicación y cultura. Aproximación global*. Amorrortu editores. Buenos Aires, Argentina.

MARCINKOWSKI, Frank (1995) “La politización y la despolitización de la ‘realidad’ en diferentes formatos de medios de comunicación”. En THESING, Josef y HOFMEISTER, Wilhelm (1995). *Medios de comunicación y poder*. Konrad Adenauer-Stiftung y Centro Interdisciplinario de Estudios sobre el Desarrollo Latinoamericano, Buenos Aires, Argentina.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (1978) *Comunicación masiva. Discurso y poder*. Editorial Época, Quito, Ecuador.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (2004) “Metáforas de la experiencia social Jesús Martín-Barbero” En A. Grimson (comp.) *La cultura en las crisis latinoamericanas*, CLACSO, Buenos Aires.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (2004a) *Al sur de la modernidad. Comunicación, globalización y multiculturalidad*. University of Pittsburgh, Instituto Internacional de Literatura Iberoamericana, Pittsburgh, EUA.

MARTÍNEZ Espinoza, Manuel Ignacio (2008). *Democracia para la dignidad*. Movimientos políticos sociales y ciudadanía como aportes a las reflexiones sobre la democracia en América Latina. El caso del Movimiento Zapatista. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (Reis) N.º 123*, 2008, pp. 151-183.

MARTÍN SERRANO, Manuel (2007) *Teoría de la Comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad*. Mc Graw-Hill/Interamericana de España, Madrid, España.

MATTELART, A. y M. (1997) *Historia de las teorías de la comunicación*. Ed. Paidós, España.

MATTELART, Armand (1995). *La invención de la comunicación*. Ed. Siglo XXI, México.

MATURANA, Humberto (1997). *La realidad ¿objetiva o construida?* Editorial Anthropos, Barcelona, España; Universidad Iberoamericana, Plantel Santa Fe, México; ITESO, Guadalajara, México.

Mc ADAM, Dough (1999). “Marcos interpretativos y tácticas utilizadas por los movimientos: dramaturgia estratégica en el Movimiento Americano Pro Derechos Cíviles”, en McAdam, Dough; McCarthy, John D. y Zald, Mayer N.: *Movimientos sociales: perspectivas comparadas*. Istmo, Madrid, pp. 475-496

MARX, Karl (1987) *Introducción general a la crítica de la economía política*. Cuadernos de Pasado y presente, México.

MARX, Karl (1979). *Manuscritos económico-filosóficos de 1844*. Ediciones de Cultura Popular, México.

MARX, Karl y ENGELS, Federico (1979). *Obras escogidas*. Editorial Progreso, Moscú, Ediciones de Cultura Popular, México, D.F.

McQUAIL, D. (1998) *La acción de los medios: los medios de comunicación y el interés público*. Editorial, Amorrortu, Buenos Aires, Argentina.

McQUAIL, D. (2001) *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Editorial, Paidós, México.

MEHL, Dominique (1997) “Vida pública privada”. En Veyrat-Masson y Daniel Dayan (1997) *Espacios Públicos en imágenes*. Editorial Gedisa. Colección EL MAMÍFERO PARLANTE, Barcelona, España.

MELLADO, Claudia (2010) “Análisis estructural de la investigación empírica sobre el periodista latinoamericano”. Publicado en la Revista Comunicación y Sociedad, número 13, enero-junio de 2010. Departamento de Comunicación Social. Universidad de Guadalajara, México.

MENDELSON, M. (1993) Television's frames in the 1988 Canadian election, *Canadian Journal of Communication*, Vol. 18, n. 2, pp. 149-171.

MEYER, D. (1995) Framing National Security: elite public discourse in nuclear weapons during the Cold War, *Political Communication*, Vol. 12, n. 2, pp. 173-192.

MIGNOLO, Walter (2003). *Historias locales/diseños globales. Colonialidad, conocimientos subalternos y pensamiento fronterizo*. Madrid. Akal. Pp. 111-153

MILLER, M. y RIECHERT, B. (2003) The spiral of opportunity and frame resonante: mapping the issue cycle in news and public discourse, en REESE, S., GANDY, O. y GRANT, A. (eds.) *Framing public life. Perspectives on Media and our understanding of the social world*, Lawrence Erlbaum Associates, Nueva Jersey, pp. 107-121.

MILLER, Nchamah, VALDÉS Gutiérrez, Gilberto y SALAZAR Robinson (2007). *Reseña de “Paradigmas emancipatorios y movimientos sociales en América Latina, teoría y praxis”*. *Utopía y praxis latinoamericana*. Universidad del Zulia, enero/marzo, año/vol. 12, No. 036, Maracaibo, Venezuela.

MOLES, A. (1975). *La comunicación y los mass media*. Ed. Mensajero, Bilbao, España

MORAGAS, de Miquel y PRADO, Emili (2007). *La televisión pública en el contexto digital*. Revista Etcétera, México, julio. Se obtuvo el 17 de abril de 2008. <http://www.etcetera.com.mx/pag26-47kne81.asp>

MORÍN, Edgar (1988). *El método. El conocimiento del conocimiento*. Ediciones Cátedra, Madrid, España.

MORÍN, Edgar (2003). *El método. La humanidad de la humanidad. La identidad humana*. Ediciones Cátedra, Madrid, España.

MORÍN, Edgar (2004) *La epistemología de la complejidad*. CNRS, París.
http://www.ugr.es/~pwlac/G20_02Edgar_Morin.html

MOUCHON, Jean (1997) “La información política como arma de doble filo”. En Veyrat-Masson y Daniel Dayan (1997) *Espacios Públicos en imágenes*. Editorial Gedisa. Colección EL MAMÍFERO PARLANTE, Barcelona, España.

MOUFFE, Chantal (2007). *En torno a lo político*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, Argentina.

NEUMAN, W., JUST, M., CRIGLER, A. (1992) *Common Knowledge*, University of Chicago Press, Chicago.

NYAMU-MUSEMBI, Celestine (2007) *Hacia una perspectiva de los derechos humanos orientada a los actores*. En Kabeer, Naila (2007) *Ciudadanía incluyente: significados y expresiones*. Universidad Nacional Autónoma de México, Programa Universitario de Estudios de Género, México.

OLCHS, Elinor (2000). *Narrativa. En El discurso como estructura y proceso*. Van Dijk compilador. Editorial Gedisa, Barcelona, España.

OLIVA, Lúcia y SITJÁ, Xavier (2007). *Las noticias en radio y televisión. Periodismo audiovisual en el siglo XXI*. Editorial Omega, Barcelona, España.

ORAIÓN, Ma. Mercedes (2005). “Representación y prácticas de la ciudadanía. Una lectura histórico-pedagógica del caso argentino. En *La construcción de la ciudadanía en el siglo XXI*”. Ediciones Octaedro/Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación de la Ciencia y la Cultura (OEI), Barcelona España.

ORJUELA (2005) Escobar, Luis Javier. *Lo público y lo privado en la modernidad: la economía y la administración desvirtúan la política. Una visión desde Ana Arendt*. s/d

OROZCO, Guillermo (1990) “Notas metodológicas para abordar las mediaciones en el proceso de recepción televisiva”. En *Diálogos de la Comunicación*, Cuadernos No. 2. Publicación de la Federación Latinoamericana de Asociaciones de facultades de Comunicación Social (FELAFACS).

OROZCO, Guillermo (1991) “La mediación en juego. Televisión, cultura y audiencias”. En *Comunicación y Sociedad*, Guadalajara, DECS, Universidad de Guadalajara, número 10-11.

OROZCO, Guillermo (1994) “La autonomía relativa de la audiencia. Implicaciones metodológicas para el análisis de la recepción”. Se publicó en: CERVANTES y SÁNCHEZ RUIZ (coords.): *Investigar la Comunicación. Propuestas Iberoamericanas*, editorial: CEIC Universidad de Guadalajara/ ALAIC, Guadalajara, pp.183-196.

OROZCO, Guillermo (1997). “Mas-mediación’ y ‘audiencia-ción’: Macrotendencias en las sociedades latinoamericanas de fin de milenio”. Se publicó en: *Comunicación, Estudios Venezolanos* No. 100, editorial: Centro Gumilla, Venezuela, pp.24-37.

OROZCO, Guillermo (1998). “De las mediaciones a los medios. Contribuciones de la obra de Martín-Barbero al estudio de los medios y sus procesos de recepción”. Se publicó en: LAVERDE TOSCANO y REGUILLO (Eds.): *Mapas nocturnos. Diálogos con la obra de Jesús Martín-Barbero*, editorial: Siglo del Hombre editores/ Fundación Universidad Central, Colombia, pp.91-101.

OROZCO, Guillermo y MEDINA Daniel (2000). “Súper temas noticiosos en la televisión mexicana. Análisis de la información en los noticiarios 24 Horas y Hechos”. *Revista Comunicación y Sociedad*, No. 37, enero-julio, Universidad de Guadalajara, México.

OROZCO Gómez Guillermo y Rebeca PADILLA (2001). “Enfrentando la diversidad. Estudios de recepción televisiva en México”. Se publicó en: LOMBARDO GARCÍA (Coord.): *La comunicación en la sociedad mexicana. Reflexiones temáticas*, editorial: Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, México, pp.173-196.

ORTEGA, Patricia (2003). “Los medios públicos en la agenda global”. Artículo publicado en la *Revista Etcétera*, México, mes de marzo. Se obtuvo el 29 de septiembre de 2007.
<http://www.etcetera.com.mx/pag41ne29.asp>

ORTEGA, Patricia (2005). “Medios públicos y democracia”. En *Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México, A.C. (2005). Democracia y Medios Públicos*. México.

ORTEGA Ramírez, Carmen Patricia (2006) *La otra televisión. Por qué no tenemos televisión pública*. Editorial e/ Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco, México, D.F

OSORIO, J. (2007). “Entre la explotación redoblada y la actualidad de la revolución: América Latina hoy”. *Argumentos*, 20, 11-34.

PÁEZ Álvarez Alfonso (2005) “Los problemas de acceso a la información”. En *Televisión pública: información para todos*. Asociación Iberoamericana de Derecho de la Información y de la Comunicación/Honrad Adenauer Stiftung, Lima, Perú.

PASQUALI, Antonio (2002). “El costo de una radiotelevisión pública. Requiere un presupuesto anual de entre 700 y 900 mdd”. Revista Etcétera, México. "<http://www.etcetera.com.mx/pag58ne43.asp>"

PEREIRA, Fabio Henrique (2010) “El mundo de los periodistas: aspectos teóricos y metodológicos”. Publicado en la Revista Comunicación y Sociedad, número 13, enero-junio de 2010. Departamento de Comunicación Social. Universidad de Guadalajara, México.

PIZARRO, Ramón Daniel (1999). *Responsabilidad civil de los medios masivos de comunicación*. Editorial Hamurabi SRL, Buenos Aires, Argentina.

PONT Vidal Josep (1998). *La investigación de los movimientos sociales desde la sociología y la ciencia política. Una propuesta de aproximación teórica*. Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències Polítiques i Sociologia, 08193 Bellaterra (Barcelona). Recuperado el 12 de diciembre de 2009, Spain <http://ddd.uab.cat/pub/papers/02102862n56p257.pdf>

PRICE, Vincent (1994) *Opinión Pública. La opinión pública. Esfera pública y comunicación*. Paidós, Comunicación, Barcelona, España.

PRIDE, Richard A. (1995). “How Activist and Media Frame Social Problems: critical events Vs performance trends for schools”, *Political Communication* 12, pp. 5-26

RABOTNIKOF, Nora (1997) *El espacio público y la democracia moderna*. Colección Temas de la Democracia Moderna. Serie Ensayos No 1. IFE, México.

RABOTNIKOF, Nora (1997a) *El espacio público: caracterizaciones teóricas y expectativas políticas*. En: *Filosofía política*. Tomo I. Editorial Trotta, Madrid.

RACHLIN, A. (1988) *News as Hegemonic Reality. American Political Culture and the Framing of News Accounts*, Praeger, Nueva York.

RAMÍREZ, Sáiz, Juan Manuel (2006). *Ciudadanía mundial*. ITESO, Universidad Iberoamericana, México.

RAMÍREZ, Sáiz, Juan Manuel (2007). *Descentramiento de la ciudadanía nacional*. ITESO, Cuadernos del Doctorado en Estudios Científico-Sociales II, México.

RAMOS, Ricardo (2001). *Narrativas contadas, narraciones vividas. Un enfoque sistémico de la terapia narrativa*. Editorial Paidós, España.

REESE, Sthepen; GANDY, Oscar y GRANT, August (eds.) (2001). *Framing Public life: perspectives on media our understanding of the social word*. Lawrence Erlbaum, Mahwah, NJ.

REGUILLO, Rossana (1997). "El oráculo en la ciudad: creencias, prácticas y geografías simbólicas ¿una agenda comunicativa?". Se publicó en: Diálogos de la Comunicación No. 49. Editorial: FELAFACS, Perú.

REGUILLO, Rossana (1999). "Anclajes y mediaciones del sentido. Lo subjetivo y el orden del discurso: un debate cualitativo". Se publicó en: Revista Universidad de Guadalajara No. 17 Nueva época, Guadalajara, Jalisco, México, pp. 50-55. <http://www.esnips.com/doc/5ed9674f-2658-49d6-9d33-9bd0e5d1aa8d/Reguillo,-S.-:-Anclajes-y-mediaciones-del-sentido.-Lo-subjetivo-y-el-orden-del-discurso;-un-debate-cualitativo>

REGUILLO, Rossana (2001) "Cuatro Ensayos de Comunicación y Cultura para pensar lo contemporáneo". Se publicó en Oficios Terrestres No. 9/10. Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

REGUILLO CRUZ Rossana (2002): "Políticas de representación. Poder y antropología de la comunicación". Anuario de Investigación de la Comunicación IX, México: CONEICC, pp.37-54.

REGUILLO, Rossana (2004) *Los estudios culturales. El mapa incómodo de un relato inconcluso*. Aula abierta. Lecciones básicas. Portal de la Comunicación. INCOM.

REGUILLO, Rossana (2005) *Horizontes fragmentados. Comunicación, cultura, postpolítica*. El (des)orden global y sus figuras. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), Guadalajara, México.

REGUILLO, Rossana (2007). "Saber y poder de representación. Las disputas por el espacio interpretativo". Comunicación y Sociedad, Nueva Época, Número 8, julio-diciembre, Universidad de Guadalajara, México.

REMISOC-Jalisco (2009). "El Gobierno y sociedad civil en Jalisco". En ¿De qué democracia hablamos? Concertación y pacto social en América Latina. SÁNCHEZ-MEJORADA, Cristina (coomp.). Universidad Autónoma Metropolitana, REMISOC y Terres des hommes France.

SCOLARI, Carlos (2008): *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Editorial Gedisa, Barcelona.

SNOW, David A., BURKE E., WOEDWN, Steven K., BENFORD, Robert D. (1986) "Frame Alignment Process, Micromobilization, and Movement Participation", *American Sociological Review*, pp. 464-481.

- RETAMOZO, M. (2006). "El movimiento de los trabajadores desocupados en Argentina: cambios estructurales, subjetividad y acción colectiva en el orden social neoliberal". *Argumentos*, 19, 145-168.
- RINCÓN, Omar (2001a) "Hacia una televisión pública experimental y gozosa". En *Televisión Pública: del consumidor al ciudadano*. Editorial Convenio Andrés Bello, Bogotá, Colombia.
- RIVA Palacio, Raymundo (1998). *Más allá de los límites: Ensayos para un nuevo periodismo*. Fundación Manuel Buendía: Universidad Iberoamericana, Plantel Santa Fe. México, DF.
- ROBINSON Salazar, VALDÉS, Gilberto y MILLER, N. (2006). *Paradigmas emancipatorios y movimientos sociales en América Latina*. Insumisos latinoamericanos, Argentina.
- RODRIGO Alsina, Miquel (2005). *La construcción de la noticia*. Editorial Paidós, Serie Comunicación 166, Barcelona, España.
- ROSSANDA Rossana (2007). "La izquierda debe ser ante todo anticapitalista". Entrevista a proporcionada Stefano Bocconetti para *Liberazione*, el órgano cotidiano de Refundación Comunista. Publicado en www.sinpermiso.info ocho de julio.
- SÁDABA, Teresa Y JORDI Rodríguez, Virgili (2007). "La construcción de la agenda de los medios. El debate del estatut en la prensa española". *ÁMBITOS*. N° 16 (pp. 187-211)
- SÁDABA, Teresa (2008). *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. La crujía, ediciones. Buenos Aires, Argentina.
- SALAZAR Pérez Robinson y MILLER Nchamah Miller (2007) *Los caminos de la política en América Latina*. Se obtuvo el 22 de diciembre de 2009, <http://www.nodo50.org/arevolucionaria/>
- SANCHEZ RUIZ, Enrique E. (1986a) "La agenda televisiva en México y Guadalajara" en Cuadernos Núm. 2. Guadalajara: U de G.
- SÁNCHEZ RUIZ Enrique E. (2002): "La investigación latinoamericana de la comunicación y su entorno social: notas para una agenda", *Diálogos de la Comunicación* No. 64, Lima: FELAFACS, pp.25-36.
- SANTOS, Boaventura de Sousa (2001). *Los nuevos movimientos sociales*. OSAL, septiembre. Se obtuvo el 20 de diciembre de 2009. <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/osal/osal5/debates.pdf>
- SANTOS, Boaventura de Sousa (2003). *La caída del angelus novus: ensayos para una nueva teoría social y una nueva práctica política*. Instituto Latinoamericano de Servicios

Legales Alternativos (ILSA) y Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales. Bogotá, Colombia.

SANTOS, Boaventura de Sousa (2004). *Democracia de alta intensidad. Apuntes para democratizar la democracia*. Editado por: Unidad de Análisis e Investigación del Área de Educación Ciudadana de la Corte Nacional Electoral, Bolivia. Se obtuvo el 15 de noviembre de 2007.

http://www.cne.org.bo/centro_doc/cuadernos_dia/cuaderno_dia5_democracia.pdf

SANTOS, Boaventura de Sousa (2007) *El derecho y la globalización desde abajo*. Ed. Anthropos, Barcelona, España; Universidad Autónoma Metropolitana, México.

SANTOS, Boaventura de Sousa (2009) *Una epistemología del Sur: La reinención del conocimiento y la emancipación social*. Ed. Siglo XXI, Buenos Aires, Argentina: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.

SAID, E. W. (2003). *Orientalismo*. Random House Mondadori, Barcelona, España.

SEGOB (2008). Cuarta encuesta nacional sobre prácticas políticas y cultura ciudadana. <http://www.encup.gob.mx/encup/?page=cuarta-encup>

SCHÜTZ, Alfred (1993). *La construcción significativa del mundo social. Introducción a la sociología comprensiva*. Editorial Paidós, Barcelona, España.

SNOW, D, BURKE, E., WORDEN, S. y BENFORD, R. (1986) Frame alignment processes, micromobilization, and movement participation, *American Sociological Review*, Vol. 51, n. 4, pp. 464-481.

SNOW, D. y BENFORD, R. (1988) Ideology, frame resonance, and participant mobilization, *International Social Movement Research*, Vol. 1, pp. 197-216.

SNOW, D. A. y BENFORD, R. D. (1992). "Master frames and cycles of protests", en MORRIS y MULLER (eds.), *Frontiers in social movement theory*, Yale University Press, New Heaven

SOLÍS, Beatriz (2008). "Democracia, regulación de medios de comunicación y nuevos actores políticos". En De la Peza, María del Carmen (2008). *Comunidad y desacuerdo. Comunicación, poder y ¿nuevos? sujetos de la política*. Fundación Manuel Buendía, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología y Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco, México, DF.

STIGLITZ, Joseph (2002), *El Malestar en la globalización*, Ed. Taurus, Madrid. Capítulo IX: Camino hacia el futuro (Pp. 299-348).

TANKARD, J., HENDRICKSON, L., SILBERMAN, J., BLISS, K. y GHANEM, S. (1991) *Media frames: approaches to conceptualization and measurement*, comunicación presentada a la *Association for Education in Journalism and Mass Communication*, Boston.

TANKARD, James (2001). "Media frames: approaches to conceptualization and Measurement". Ponencia presentada en *Communication Theory and Methodology Division Association for Education in Journalism and Mass Communication Convention*, Boston, EUA.

TARROW, Sidney (1997). *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Alianza Universal, Madrid, España.

TERRAZAS, Ana Cecilia (2004). *Suave patria. Periodismo en la radio pública*. Revista Etcétera, agosto. México. Se obtuvo el 9 de septiembre de 2007 <http://www.etcetera.com.mx/pag32ne46.asp>

THOMPSON, John B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Editorial Paidós, Barcelona, España.

THOMPSON, John B (2001). *El Escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*. Editorial Paidós. Barcelona, España.

TIJERINA, J. (1998). "Los movimientos sociales y la acción colectiva. De la producción simbólica al cambio de valores". En IBARRA y TIJERINA, *Los movimientos sociales. Transformaciones políticas y cambio cultural*. Editorial Trotta, Madrid.

TREJO Delarbre, Raúl (2005). *Ser y parecer. Para que tengamos auténticos medios públicos*. http://raultrejo.tripod.com/Mediosensayos/Medios%20publicos%20ser_y_parecer%202005.html. Participación en el Segundo Congreso Internacional Los Medios Públicos de Cara a la Democracia, desarrollado el 30 de septiembre de 2005.

TREJO Delarbre, Raúl (2005a). "Medios: el nuevo poder real ante el Estado mexicano". Ensayo publicado en Alberto Aziz Nassif y Jorge Alonso Sánchez, *Sociedad civil y diversidad*, Tomo III de *El Estado mexicano: herencias y cambios*. CIESAS y Miguel Ángel Porrúa, México, 2005, pp. 141-166.

HYPERLINK

"http://raultrejo.tripod.com/Mediosensayos/Elnuevopoderreal_libroCIESAS_2005.html"

TRÍAS, Eugenio (2006): "La idea del límite". En Andrés Ortiz-Oses y Patxi Lanceros (Editores), *La interpretación del mundo. Cuestiones para el tercer milenio*. Barcelona: Anthropos/Universidad Autónoma Metropolitana-I. pp. 169-190.

TUCHMAN, Gaye (1999). "La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas", CIC 4, Madrid, España.

VALENZUELA Arce, José Manuel (1999) "Interculturalidad y Estados Nacionales". Publicado en: Reguillo y Fuentes (coords.), *Pensar las Ciencias Sociales Hoy. Reflexiones desde la cultura*. ITESO, Guadalajara.

VALENZUELA Arce, José Manuel (2000). *Norteños ayankados. Discursos y representaciones de la frontera*. Se publicó en: *Comunicación y Sociedad* No. 38. Editorial: DECS Universidad de Guadalajara.

VALENZUELA Arce, José Manuel (2003). *Los estudios Culturales en México*. Fondo de Cultura Económica/CONACULTA, Biblioteca Mexicana. Serie Sociología. México.

VAN DIJK, Teun A. (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Editorial Paidós, Barcelona, España.

VAN DIJK, Teun A. (2006). *Networks: the nervous system of society*. En *The Network Society*. 2a ed. Primera edición: 1999. Londres: SAGE.

VASCONCELOS Lopes Ferreira, Ruth (1994). *Movimentos sociais e partidos políticos*. *Estudos Sociedade e Agricultura*, 3, novembro: 166-176. Se obtuvo el 5 de diciembre del 2009.

<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/brasil/cpda/estudios/tres/ruth3.htm>

VERON, Eliseo (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Editorial Norma, Bogotá, Colombia.

VEYRAT-Masson y Daniel Dayan (1997) *Espacios Públicos en imágenes*. Editorial Gedisa. Colección EL MAMÍFERO PARLANTE, Barcelona, España.

VILLAMIL, Jenáro (marzo de 2003). "En la indefensión jurídica". En *Revista Etcétera*. <http://www.etcetera.com.mx/pag61ne29.asp>

VILLAMIL, Jenaro (2005). *La televisión que nos gobierna. Modelo y estructura desde sus orígenes*. Editorial Grijalbo, México.

VILLANUEVA, Ernesto (abril, 2007). "Medios públicos: mitos y realidades". En *Revista Etcétera*. HYPERLINK "<http://www.etcetera.com.mx/pag33-36cne78.asp>"

VILLASANTE, Tomás R. (1998) *Cuatro redes para mejor-vivir: De las redes sociales a las programaciones integrales*. Editorial Lumen-Humanitas, Buenos Aires, Argentina.

VIZER, Eduardo A. (2003). *La Trama (in)visible de la vida social. Comunicación, sentido y realidad*. La Crujía, Ediciones. Buenos Aires, Argentina.

VON Zuben, AQUILES, Newton y GALLO (2005). "Escenarios de ruptura y valores compartidos en la conquista de la ciudadanía". En *La construcción de la ciudadanía en el siglo XXI*. Ediciones Octaedro/Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación de la Ciencia y la Cultura (OEI), Barcelona España.

WALLERSTEIN, Emmanuel (1996). *Abrir las Ciencias Sociales*. Siglo XXI/CIUH UNAM, México.

WALLERSTEIN, Immanuel (2007) *Universalismo europeo. El discurso del poder*. Edición en inglés: 2006. México, Siglo XXI.

WEBER, Max (1974). *Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*. Tomo I. Ed. Fondo de Cultura Económica, México.

WILLIAMS Raymond (1977). *Marxismo y Literatura*. Editorial Paidós, Barcelona, España.

WINOCUR, Rosalía (2002). *Ciudadanos mediáticos: la construcción de lo público en la radio*. Ed. Gedisa, Barcelona, España.

WOLF, Mauro (1994) *Investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Editorial Paidós, México.

WOLTON, Dominique (1995) "La comunicación política: construcción de un modelo". En Jean-Marc Ferry, Dominique Wolton y otros "El nuevo espacio público". Editorial Gedisa, colección El Mamífero Parlante, Serie Mayor, Barcelona, España.

WOLTON, Dominique (2000). *Internet ¿Y después?* Editorial Gedisa, España.

ZERMEÑO Flores, Ana Isabel (1997). "Propuesta metodológica: la previsibilidad como lazarillo para la apropiación de discursos narrativos". Se publicó en: Estudios sobre las Culturas Contemporáneas Vol. III, época II No. 6. Editorial: Programa Cultura Universidad de Colima.

ZIBECHI, R. (2007). *Dispersar el poder. Los movimientos como poderes antiestatales*. Taller de la Casa del Mago. Guadalajara, México.

ZIRES, Margarita (2008). "Nuevas subjetividades políticas y estrategias de visibilidad: El movimiento social de la APPO". En De la Peza, María del Carmen (2008). *Comunidad y desacuerdo. Comunicación, poder y ¿nuevos? sujetos de la política*. Fundación Manuel Buendía, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología y Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco, México, DF.
Direcciones electrónicas.

Direcciones electrónicas.

<http://www.bibliojuridica.org/libros/libro.htm?l=149>

<http://www.bibliojuridica.org/libros/libro.htm?l=149>

<http://www.netcom.es/pnavarro/publicaciones/ComplejidadSocial>.

<http://www.directorio.gob.mx/www.php?categoria=97>

http://www.directorio.gob.mx/www.php?categoria=97_
<http://cultura.jalisco.gob.mx/index.html>
<http://www.encup.gob.mx/encup/?page=cuarta-encup>
http://docencia.izt.uam.mx/chaa/publicaciones_archivos/Publicaciones/TeoriaFraming/Chihuahu1999a.pdf
http://docencia.izt.uam.mx/chaa/index_publicaciones_movimientos_sociales.html
<http://www.catolicasporelderechoadecidir.org/inicio.php>
<http://perio.unlp.edu.ar/teorias2/textos/articulos/gimenez.pdf>
(http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/56-02MariaVassallo.pdf)

Anexo 1. Parrilla programática. Ubicación del flujo externo al noticiero *Enfoques*.

Programación de canales 20:00 hrs.

| Canal | Lunes 30 | Martes 31 | Miércoles 1 | Jueves 2 | Viernes 3 |
|------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Canal 5 | <i>Pelicula mexicana</i> | <i>Malcolm el de en medio</i> | <i>Malcolm in the middle</i> | <i>Malcolm el de en medio</i> | <i>Malcolm el de en medio</i> |
| Galavisión | <i>Las Noticias por Adela</i> |
| Canal 9 | <i>Un gancho al corazón</i> | <i>Gancho al Corazón</i> |
| Canal 4 | <i>GDL Deportes</i> |
| Azteca 7 | <i>Los Simpson</i> | <i>Los Simpson</i> | <i>The Simpson</i> | <i>Los Simpson</i> | <i>Los Simpson</i> |
| Azteca 13 | <i>Pobre rico, pobre</i> | <i>Pobre rico, pobre</i> | <i>Pobre rico, pobre</i> | <i>Pobre rico pobre</i> | <i>Pobre rico pobre</i> |

Anexo 2. Parrilla programática. Ubicación del flujo externo al noticiero *GDL Noticias*.

Programación de canales 21:00 hrs.

| Canal | Lunes 30 | Martes 31 | Miércoles 1 | Jueves 2 | Viernes 3 |
|------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---|---|
| Canal 5 | <i>Drake & Josh</i> | <i>Drake & Josh</i> | <i>Drake & Josh</i> | <i>TV de noche</i> | <i>Drake & Josh</i> |
| Galavisión | s/d | s/d | <i>Los comediantes</i> | <i>La escolita VIP</i> | <i>Los comediantes</i> |
| Canal 9 | <i>Fuego en la sangre</i> | <i>Fuego en la Sangre</i> |
| Canal 4 | <i>GDL Noticias</i> | <i>GDL Noticias</i> | <i>GDL Noticias</i> | <i>GDL Noticias</i> | <i>GDL Noticias</i> |
| Azteca 7 | | | <i>Pelicula.</i> | <i>Almas Perdidas</i> | |
| Azteca 13 | <i>Contrato de amor</i> | <i>Contrato de amor</i> | <i>Contrato de amor</i> | <i>Contrato de Amor y Deseo Prohibido</i> | <i>Contrato de Amor y Deseo Prohibido</i> |
| Canal 7 | s/d | s/d | s/d | <i>El manual de Carreño</i> | <i>Deportes</i> |

Anexo 3. Cortinilla del noticiero *Enfoques*.

| Canal 7 | Viernes 3 C7 Cortinilla de entrada (37'43'') | Alcance | Dimensión |
|---------|---|---------------------|--------------------------|
| 1 | Confian en debate serio en el congreso. Propone el Presidente al legislativo consumo de drogas bajo prescripción médica. El gobierno de Jalisco estaría de acuerdo. | Nacional | Política-salud-seguridad |
| 2 | Bajo la mira de la DEA. Vinculan empresas farmacéuticas instaladas en Jalisco con el cartel de los Amezcuca. | Internacional-local | Política-seguridad-salud |
| 3 | Prioritario fijar metas y atender resultados. "En el combate al hampa no hay cabida a rumores señala el gobernador de Jalisco." | Local | Política-seguridad |
| 4 | Gobierno de Jalisco abre centros de acopio. "Sigue la contingencia por lluvias suman mas de 400,000 los afectados en Veracruz y Tabasco." | Local | Política-social |
| 5 | Desalojo total antes de 15 días. "Permanece sin clases el Colegio Cervantes Colomos, se dio tolerancia de diez años argumenta la arquidiócesis de Guadalajara." | Local | Política-educación |

Anexo 4. Contenidos de los bloques del noticiero *Enfoques*.

| Viernes 3 Enfoques | No. | Bloque 1 7'57'' | Alcance | Dimensión | Género | Sujeto | Institución | Referencialidad |
|-----------------------|-----|---|----------|--------------------|---------|--|---|-----------------|
| | 1 | El presidente Felipe Calderón propuso al senado la despenalización del consumo personal de drogas en pequeñas cantidades. Jalisco | Nacional | Política-seguridad | Noticia | Felipe Calderón Fernando Guzmán Pérez Peláez (Secretario Gral. De Gobierno) | Cámara de Diputados Secretaría General de Gobierno | Informativa |

| | | | | | | | | |
|--|---|--|--|--------------------------|-----------|--|---|------------------------|
| | | apoyaría esa medida en caso de aprobarse. | | | | | | |
| | 2 | El gobierno de Estados Unidos emitió una lista de 6 empresas farmacéuticas que según ellos están relacionados con el narcotráfico. Esta determinación, esta opinión del gobierno norteamericano afecto ya una empresa farmacéutica aquí en Zapopan. | Internacional-local-Zapopan | Política-salud-seguridad | Reportaje | Telésforo, Luis Alfonso y Rolando tirado (Ejecutivos del grupo Collins) Carlos Lomelí Bolaños (Lumed SA DE CV) Javier Pulido Valdivia y Rosalinda Arredondo Topete (dueña y directora general de laboratorios Linmarc) Fernando Guzmán Pérez Peláez (Secretario general de Gobernación) Tomás Coronado Olmos, (Procurador de Justicia de Jalisco). | Grupo farmacéutico Collins Departamento del Tesoro. Salud Natural Mexicana, la tienda de auto partes American Antant y la farmacia Yarin. | Informativa-valorativa |
| | 3 | El gobernador del estado entregó equipo, vehículos a diferentes municipios en el estado para poder incrementar la seguridad. | Local-Jalisco | Política-seguridad | Noticia | Emilio González | Municipios Poder ejecutivo estatal | Informativa-valorativa |
| | 4 | Chihuahua, las autoridades judiciales investigan la muerte de 20 personas a balazos entre ellas cuatro agentes de la policía municipal, un ex militar, un abogado y un empresario. En Veracruz en medio de la alerta por el temporal de lluvias 300 estudiantes fueron desalojados por amenaza de bomba. En Durango en el municipio Vicente Guerrero encontraron los cadáveres de 27 personas En este marco, menores que participan en el sexto parlamento | Nacional-Chihuahua, Durango, Veracruz. | Política-seguridad | Noticia | Asesinados Estudiantes desalojados Niños de parlamento infantil | Poder judicial | Informativa |

| | | | | | | | | |
|---------------------------|------------|---|----------------|--------------------|---------------|--|--|------------------------|
| | | infantil de los niños y las niñas de México exigieron mayor seguridad a las autoridades. | | | | | | |
| | 5 | El gobierno mexicano ha fallado en su estrategia para abatir la seguridad porque los crímenes en toda la república mexicana continúan, así lo señaló el presidente de la comisión nacional de derechos humanos, José Luis Soberanes. Esto, después de los atentados en Morelia. | Nacional | Política-seguridad | Noticia | José Luis Soberanes. | CNDH | Informativa |
| | 6 | Cambio de la mesa directiva del Consejo Nacional Ciudadano. Su nuevo presidente Abel a la Torre Osuna destacó que los gobiernos no pueden decidir de forma autoritaria y absoluta el destino de México si no que se debe de escuchar la voz de l pueblo. | Nacional | Política-social | Noticia | Abel Alatorre Osuna (vocal ciudadano) | Consejo Nacional Ciudadano | Informativa |
| | 7 | Este viernes inicio formalmente el proceso electoral en el periodo 2008-2009 el presidente consejero del IFE Leonardo Valdés Zurita llamo al Gobierno, partidos políticos y a la ciudadanía y autoridades electorales tener un frente común ante las situaciones adversas que enfrenta el país. | Nacional | Política-electoral | Noticia | Leonardo Valdés Zurita (Consejero presidente del IFE). | IFE Partidos | Informativa |
| Viernes 3 Enfoques | No. | Bloque 2 6'21'' | Alcance | Dimensión | Género | Sujeto | Institución | Referencialidad |
| | 1 | Padres de familia del Colegio Cervantes Colonos piden que les permitan a sus hijos terminar el ciclo escolar. Continúan las negociaciones en el Colegio Cervantes Colomos entre los | Local | Política-educación | Reportaje | Juan Carlos Sainz del Toro (Presidente de padres de familia) José Miguel Veliz (Director Niños (estudiantes) Antonio Gutiérrez | Arzobispado. Colegio Cervantes. Sociedad de Padres de familia. | Informativa-valorativa |

| | | | | | | | | |
|---------------------------|------------|--|-------------------|--------------------------------|---------------|---|---------------------------|------------------------------------|
| | | padres de familia la secretaria de educación Jalisco y el Arzobispado confirma. | | | | Montaño (vocero del arzobispado de Guadalajara) | | |
| | 2 | Debido al aumento del frío de los últimos días, incremento el número de usuarios el albergue las palmas del DIF Guadalajara que se ubica en el núcleo del parque Agua azul, ahí están necesitando el apoyo de la ciudadanía para la dotación de víveres. | Local-Guadalajara | Social-desastre | Reportaje | Ramón López Ramírez (Coordinador del Albergue) | DIF | Informativa-conminativa |
| | 3 | Los estados de Veracruz y Tabasco han sido afectados por las inundaciones. La Secretaría de Gobernación informa que mantiene monitoreo sobre las zonas afectadas. | Nacional | Social-desastre | Noticia | Afectados | Secretaría de Gobernación | Informativa |
| | 4 | El DIF Jalisco ya tiene un plan que incluye el funcionamiento de centros de acopio | Local | Social-desastre | Noticia | Luis Rodríguez Peña (Coordinador de Protección Civil) | Protección Civil | Informativa-valorativa-conminativa |
| | 5 | Griselda Iñiguez la Directora de Comunicación Social de la SVyT da un reporte de la vialidad en la ciudad. | Local-Guadalajara | Social-vialidad urbana | Reporte | Griselda Iñiguez (Directora de Comunicación Social de la SVyT) | SVyT | Informativa |
| Viernes 3 Enfoques | No. | Bloque 3 5'33'' | Alcance | Dimensión | Género | Sujeto | Institución | Referencialidad |
| | 1 | Estudiantes de medicina y psicología del CUCS, y expertos, están dialogando sobre las consecuencias de legalizar el aborto en Jalisco. Proponen permitirlo en Jalisco. | Local | Política-jurídica-social-salud | Noticia | Estudiantes Expertos Araceli Prieto Álvarez (Red de derechos reproductivos) | | Informativa |
| | 2 | Ultiman detalles para la romería del 12 de octubre. Llamado a evitar penitencias extremas. | Local | Social-seguridad | Noticia | Virgen Devotos | | Informativa |
| | | Corte 1' 5'' | | | | | | |
| Viernes 3 | No. | Bloque 4 6'56'' | Alcance | Dimensión | Género | Sujeto | Institución | Referencialidad |

| Enfoques | No. | Bloque 4 6'56'' | Alcance | Dimensión | Género | Sujeto | Institución | Referencialidad |
|---------------------------|-----|---|---------------------|--------------------|------------|---|--|------------------------------------|
| | 1 | Invitación a una exposición de fotos que celebra los primeros cien programas del programa de radio La Caja Mágica. | Local | Cultural-artística | Invitación | Fotógrafos | SJRyT | Informativa |
| | 2 | Invitación al Festival de las Flores de Mazamitla Presidente municipal de Mazamitla Eduardo Anaya Ruan. | Local-Mazamitla | Cultural-turístico | Invitación | Eduardo Anaya Ruan (Presidente municipal de Mazamitla). | Ayuntamiento | Informativa-conminativa-valorativa |
| Viernes 3 Enfoques | | | | | | | | |
| | 1 | La selección mexicana de football tiene nuevos convocados, hoy la comisión de selecciones nacionales presentó la lista de 23 jugadores para los partidos eliminatorios rumbo al mundial Sudáfrica 2010. | Nacional | Cultural-deportiva | Noticia | | Selección mexicana | Informativa |
| | 2 | La selección mexicana de gimnasia rítmica que entrenaba en el estadio Panamericano de la unidad López Mateos tuvo que dejar su espacio para ceder instalaciones al campeonato mundial juvenil de boxeo que comenzará a partir de la próxima semana con la llegada de la selección mexicana y los equipos europeos de la disciplina. | Local-Guadalajara | Cultural-deportiva | Noticia | | Selección Mexicana de Gimnasia Rítmica | Informativa |
| | 3 | Este sábado a medio día llegará a Ciudad Guzmán la antorcha olímpica que en 1968 inauguró los juegos olímpicos de México, proveniente de Cuauhtémoc, Colima y con rumbo a Guadalajara. | Local-Ciudad Guzmán | Cultura-deportiva | Noticia | | Municipio | informativa |
| | 4 | Estados Unidos el | Internacio | Economía- | Noticia | Presidente | Cámara de | informativa |

| | | | | | | | | |
|---------------|---|--|---------|------------------|------------|----------------|-----------------|------------------------------------|
| | | Presidente George W. Bush promulgó ya el paquete financiero de rescate económico, el documento incluye un aumento del seguro bancario y extensiones fiscales. La iniciativa fue además aprobada por la cámara de representantes. | nal-EUA | finanzas | | George W. Bush | Representante s | va |
| | 5 | Espacio de saberes y sugerencias sobre aspectos cotidianos: diversión e influencia el presupuesto. Divertirse mejor en la casa que en el centro comercial. | Local | Economía-consumo | Opinión | Mujer | | Informativa-valorativa-conminativa |
| | 6 | El DIF y el IMSS de Zapopan se preparan para la romería del 12 de octubre | Local | Social-seguridad | Invitación | | DIF IMSS | Informativa-conminativa |
| Salida | | | | | | | | |

Anexo 5. Contenido de los promocionales del noticiero *Enfoques*.

| Canal 7 | | Viernes 3 C7 Promocionales (1'58'') | Alcance | Dimensión |
|---------|---|---|----------|--------------------|
| | 1 | Central de Abastos | Local | Económica-consumo |
| | 2 | Promocionales del Canal 7 (C7) | Local | Medio |
| | 3 | Fiestas de Octubre | Local | Cultural-económico |
| | 4 | Gobierno de Jalisco – Seguridad Pública | Local | Seguridad pública |
| | 5 | Gobierno Federal | Nacional | |

Anexo 6. Cortinilla de entrada del noticiero *GDL Noticias*.

| Canal 4 | | Viernes 3 de octubre GDL Noticias. Cortinilla de entrada 1' 15'' | Alcance | Dimensión |
|---------|---|---|---------------|--------------------------|
| | 1 | Robo a joyería en centro comercial en Guadalajara, aseguran que los responsables del acontecimiento han sido identificados. "Plenamente identificada la banda de ladrones que asaltó una joyería en plaza comerciar de Guadalajara, con la misma estrategia asaltaron negocio en Durango" | Regional | Social-seguridad |
| | 2 | Localizan el cadáver de un señor en un taxi. "Localizan el cuerpo de un hombre en un taxi, estaba envuelto en una alfombra" | Local | Social-seguridad |
| | 3 | No existe fecha para la reapertura de la unidad de trasplantes en el hospital civil. "No hay fecha para la reapertura de la unidad de trasplantes en el hospital civil, el secretario general de gobierno asegura que en el caso de Rodríguez Sancho prevaleció la justicia" | Local | Social-salud |
| | 4 | Es descartada la posibilidad de un brote epidémico de hepatitis en una primaria en Tlajomulco. "¡Falsa alarma! Descartan un brote de hepatitis en una primaria de Tlajomulco de Zúñiga" | Local | Social-salud |
| | 5 | "El colombiano Sebastián Nieto Salazar se convirtió en el director del macrobús" | Local | Política-vialidad urbana |
| | 6 | "Interminable la obra en la calle Mariano Bárcenas, la reparación va a 'paso de tortuga' " | Local | Política pública-urbana |
| | 7 | "Y en los Estados Unidos, la cámara de representantes dio luz verde al plan de rescate financiero" | Internacional | Economía-finanzas |

Anexo 7. Contenidos de los bloques del noticiero *GDL Noticias*.

| Viernes 3 GDL Noticias | No | Bloque 1 (14') | Alcance | Dimensión | Género | Sujeto | Institución | Referencialidad |
|------------------------|----|---|--|--------------------|---------|--|--------------------------------------|------------------------|
| | 1 | El asalto a una joyería en un centro comercial de Zapopan, forma parte de otro atraco que cometieron en Durango. | Regional | Social-seguridad | Noticia | Asaltantes | | Informativa-valorativa |
| | 2 | Jalisco, Distrito Federal y otros estados, se coordinarán para ver si pueden detener a estos mafiosos | Nacional | Social-seguridad | Noticia | Tomás Coronado (Procurador de Justicia de Jalisco) | Procuraduría de Justicia de Jalisco, | Informativa-valorativa |
| | 3 | A finales de este mes, se evaluará si se ha cumplido con los compromisos de seguridad, justicia y legalidad del gobierno. Se proporcionan datos de la inversión del gobierno estatal en equipo y patrullas. Entre los municipios beneficiados están Ocotlán, Ameca, La Huerta, Cihuatlán y Villa Corona. El gobernador salió a defender a la policía de Jalisco | Local-Ocotlán, Ameca, La Huerta, Cihuatlán y Villa Corona. | Política-seguridad | Noticia | Emilio González | Poder ejecutivo estatal | Informativa |
| | 4 | En manos de la burocracia el financiamiento federal para seguridad pública, varios municipios de Jalisco, aún no han recibido en su totalidad estos recursos. La cámara de diputados dará todo el respaldo al ejecutivo federal en sus propuestas económicas en materia de seguridad pública. -eh- y testimonios, que | Local-Jalisco | Política-económica | Noticia | El secretario de la comisión de presupuestos, Javier Guerrero, | Cámara de Diputados | Informativa |

| | | | | | | | | |
|--|---|---|-------------------|-------------------|----------|--|--|------------------------|
| | | no se han entregado las partidas presupuestales en su totalidad. | | | | | | |
| | 5 | No hay duda que el mejor transplantólogo es Luis Carlos Rodríguez Sancho, dice el secretario general de gobierno, sin embargo, comenta que se equivocó al cobrar en una institución pública | Local | Política-salud | Noticia | Fernando Guzmán, (Secretario general de gobierno) | Hospital Civil | Informativa |
| | 6 | Aumenta la tensión: inundaciones en Tabasco, ya son 250 mil los afectados por las lluvias y desbordamientos de ríos. Se evacuaron 3500 personas de siete comunidades, 90 % de los comercios están totalmente cerrados. | Nacional | Social-desastres | Noticia | Afectados por las lluvias | | Informativa |
| | 7 | Veracruz se está viendo afectado por los desastres naturales. Protección civil informo que se han visto afectadas más de 10 mil casas de 73 municipios. Se han desbordado 44 ríos y 19 arroyos. Las autoridades han abierto 60 albergues donde hasta esta noche, permanecen 4500 personas | Nacional-Veracruz | Social-desastres | Noticia | Afectados | Protección Civil | Informativa-valorativa |
| | 8 | La Cámara de Representantes de EU dio luz verde al plan de rescate financiero de 700 mil millones de dólares propuesto por el gobierno de Bush.” | Internacional-EUA | Economía-Finanzas | Noticias | Ellen Tauscher, (Congresista Demócrata) Nancy Pelosi, (Presidenta de la Cámara de Representantes) John Bohener (Líder de la minoría demócrata) Barack | Cámara de Representantes. Presidencia de los EUA | Informativa |

| | | | | | | | | |
|-------------------------------|-----------|---|--------------------------|--------------------|---------------|---|--|------------------------|
| | | | | | | Obama (Candidato presidencial demócrata) John McCain (Candidato presidencial republicano). | | |
| | 9 | La empresa farmacéutica LOMEDIC se deslinda de cualquier relación con la familia Amezcua y el narcotráfico tal y como lo señaló el gobierno de Estados Unidos, los acusa de estar mezclados en negocios ilícitos. | Local-Internacional | Política-seguridad | Noticia | Carlos Lomelí Bolaños (director de LOMEDIC) Familia Amezcua-Contreras . presidente Felipe Calderón a quien | Poder ejecutivo Gobierno de Estados Unidos | Informativa-valorativa |
| | 10 | Los 8 hombres encontrados ejecutados en Tijuana Baja California ayer, pues podrían ser albañiles contratados aquí, en Guadalajara. Se presentan varias graficas del supuesto narcotúnel que estaban construyendo. | Nacional | Política-seguridad | Noticia | El vocero oficial de la procuraduría de Justicia Jalisciense, Lino González Corona. Fernando Sánchez Arellano (presunto cabecilla del cartel de los Arellano-Félix) | Procuraduría de Baja California | Informativa-valorativa |
| | | Corte 1 | | | | | | |
| Viernes 3 GDL Noticias | No | Bloque 2 | Alcance | Dimensión | Género | Sujeto | Institución | Referencialidad |
| | 1 | En zapopan fue encontrado un hombre ejecutado en el interior de un taxi, la víctima tenía varios días desaparecido. | Local-Zapopan | Social-seguridad | Noticia | Ricardo Núñez Flores (Muerto) Aldo Méndez (Comandante de policía de Zapopan). | Policía Zapopan | Informativa-valorativa |
| | 2 | “Bajo arraigo la mujer ligada a los zetas que dio muerte a un policia investigador, esto en Lagos de Moreno.” | Regional-Lagos de Moreno | Social-seguridad | Noticia | Jazmín Yesenia Delgadillo (ligada a los Zetas) Menor (13 años-detenido) Gabriel Lara Reyes, Heriberto Nuño Salas y Víctor Tadeo Ramos Gutiérrez (investigadores emboscados) | | Informativa-valorativa |

| | | | | | | | | |
|-------------------------------|-----------|--|------------------------|--------------------|---------------|---|-----------------------------------|-------------------------|
| | | | | | | y acribillados) | | |
| | 3 | Y en la colonia el Sauz de Guadalajara, encuentran a un hombre degollado. | Local-Guadalajara | Social-seguridad | Noticia | Julio Díaz (policía de Guadalajara) Antonio Francisco Martínez García (asesinado) | Policía de Guadalajara | Informativa-valorativa |
| | 4 | En la colonia Lomas de la Vista de Zapopan fue encontrado el cuerpo de un hombre calcinado, se desconoce quien lo asesinó. | Local-Zapopan | Social-seguridad | Noticia | Jorge Hernández, (policía de Zapopan), y la segunda a Moisés Hernández (Albañil, testigo) | Policía Zapopan | Informativo-valorativo |
| | 5 | Invitación a luchar en contra de la delincuencia, contra la violencia y la inseguridad en las calles | Nacional | Social-seguridad | Promocional | | Secretaría de la Defensa Nacional | Informativa-conminativa |
| | 6 | El Presidente Municipal de Guadalajara Alfonso Petersen reconoció el esfuerzo de los brigadistas comunitarios para salvaguardar la seguridad de la ciudadanía. | Local | Política-social | Noticia | Brigadistas. Alfonso Petersen. | Ayuntamiento Protección Civil | Informativa-valorativa |
| | | Corte 2 | | | | | | |
| Viernes 3 GDL Noticias | No | Bloque 3 | Alcance | Dimensión | Género | Sujeto | Institución | Referencialidad |
| | 1 | Nombran al Colombiano Sebastián Nieto Salazar como director del macrobus. | Local | Social-vidualidad | Reportaje | Sebastián Nieto Salazar (director del macrobus) Diego Monraz (Director de Siteur) | Siteur | Informativa-valorativa |
| | 2 | El presidente de la Comisión de Hacienda de la Cámara de Diputados, Estefan Garfias señaló que el Gobierno Federal tendrá que reducir las expectativas de crecimiento económico e ingresos para el 2009. | Nacional-internacional | Política-Económica | Noticia | Estefan Garfias (Presidente de la Comisión de Hacienda de la Cámara de Diputados) | Cámara de Diputados | Informativa-valorativa |
| | 3 | Falsa alarma con el brote de | Local | Social-salud | Noticia | Héctor Javier Olmos (Niño) | Escuela | Informativa-valorativa |



| | | | | | | | | |
|------------------|-----------|---|-------------------|------------------------|---------------------------|---|---|------------------------|
| | | hepatitis en una escuela del fraccionamiento de jardines de san Sebastián. | | | | Erika Díaz (enfermera) Doctora del plantel | | |
| | 4 | Tardanza en terminar las mejoras en las calles. Obra de pavimentación, que empezó hace 5 meses en la calle de Mariano Bárcenas, son 6 cuadras. Entre Jesús García y hospital que han permanecido cerradas (fallas técnicas) circular por las obras de ayuntamiento de Guadalajara y del SIAPA. | Local-Guadalajara | Social-infraestructura | Noticia | Fernando Desabre (afectado) Luis Manuel Valdivia (afectado) | Ayuntamiento | Informativa |
| | 5 | En el día del servidor público, el dirigente de la burocracia de Jalisco Juan Pelayo lanzo elogios a diestra y siniestra. Juan Pelayo dice que los burócratas dan la vida por la chamba; que también hay incomprensión de algunos jefes. El presidente del congreso Enrique Alfaro sufrió de amnesia, decía no saber cómo se aprobó una millonada para indemnizar a consejeros electorales, su coordinador Samuel Romero le refresco la memoria. Al Diputado de la Nueva Alianza, Juan Díaz Medina le urge regresar ala escuela, es un desconocedor absoluto. El Director de la Comisión del agua, acuña a nuevos términos. | Local-Jalisco | Político-burocracia | Segmento-entreteneimiento | Juan Pelayo (dirigente de los burócratas) Enrique Alfaro (Presidente del congreso) Samuel Romero (Diputado) Leonardo García Camarena Juan Díaz Medina (Diputado de Nueva Alianza) Director de Agua | Sindicato Congreso. Partido Nueva Alianza. Comisión del agua. | Informativa-valorativa |
| Viernes 3 | No | Corte 3 | Alcance | Dimensión | Género | Sujeto | Institución | Referencialidad |
| | | Bloque 4 | | | | | | |

| GDL Noticias | | | | | | | | |
|--------------|---|---|-----------|------------------|---------|---|----------------------|-------------|
| | 1 | A raíz de los constantes robos en medidores del agua el Siapa analiza sustituirlos por otro material eficientes e inactivos para los manotazo Siapa y luego la ratifiquen.” | Local-ZMG | Social-seguridad | Noticia | Abraham Cisneros (Gerente comercial de Siapa) | Procuraduría Policía | Informativa |
| | | Corte y salida | | | | | | |

Anexo 8. Comerciales en el Noticiero *GDL Noticias*.

| Comerciales GDL Noticias | | Viernes 3 | |
|---|-----------------------|-----------|--|
| Primer corte comercial (3'21'') | | | |
| Empresa | Producto/servicio | Duración | |
| 1 Motormexa | Motores | | |
| 2 PlayCity | Juegos | | |
| 3 Tecate presentando a Los Tigres del Norte | Espectáculo | | |
| 4 Fiestas de Octubre | Diversión | | |
| 5 Gobierno de Jalisco – Secretaría de Seguridad Pública | Propoaganda-seguridad | | |
| 6 Concierto en el Auditorio Telmex | Espectáculo | | |
| 7 Expo terrenos y casas | Inmobiliarios | | |
| 8 Expo jeans | Pantalones | | |
| 9 Farmacias Guadalajara | Farmacéuticos | | |
| 10 Plaza Tesistan. | Poroductos varios | | |
| Segundo corte comercial (4'10'') | | | |
| Empresa | Producto/servicio | Duración | |
| 1 Cerveza estrella | Bebida alcohólica | | |
| 2 Soriana | Departamentales | | |
| 3 Gobierno de Jalisco- la legislatura | Promocional político | | |
| 4 Liverpool | Departamentales | | |
| 5 Las Fiestas de Octubre | Diversión | | |
| 6 The Home Depot. | Muebles | | |
| 7 Partido Acción Nacional | Propaganda | | |
| 8 Farmacias Guadalajara | Farmacéuticos | | |
| 9 IFAI | Seguridad | | |
| 10 Teatro Diana | Espectáculos | | |
| Tecate Light | Bebida alcohólica | | |
| Tercer corte comercial (4'19'') | | | |
| Empresa | Producto/servicio | Duración | |
| 1 Presentación de boxeo en la calle 2 | Espectáculos | | |
| 2 Muebles América | Muebles | | |
| 3 Secretaría de Seguridad Pública | Seguridad | | |
| 4 Nextel | Telefonía | | |
| 5 STEREN | Eléctrico | | |
| 6 Bonafont | Agua | | |
| 7 Fiestas de Octubre | Espectáculos | | |
| 8 Cámara de Diputados | Propaganda | | |
| 9 Publicidad para los Cabos | Turismo | | |
| 10 Fábricas de Francia | Departamental | | |
| 11 Show de los Beatles | Espectáculos | | |
| 12 Banco Ixe | Finaanzas | | |
| 13 Cerveza Tecate. | Bebidas alcohólicas | | |
| Tercer corte comercial (3'53'') | | | |
| Empresa | Producto/servicio | Duración | |
| 1 Presentación de boxeo en la calle 2 | Espectáculos | | |
| 2 Chocomilk | Bebida | | |
| 3 Fiestas de Octubre | Espectáculos | | |
| 4 Fábricas de Francia | Departamentales | | |

| | | | |
|---|--------------------------|-------------------------------|--|
| 5 | Conciertos | Espectáculos | |
| 4 | Gobierno Federal | Propaganda. Reforma petrolera | |
| 5 | Home depot | Eléctrico | |
| 6 | Nuevo disco de intocable | Entretenimiento | |
| 8 | Cybercable | Telecomunicaciones | |
| 9 | Cerveza Yndio | Bebida alcohólica | |
| | | | |

Anexo 9. Análisis crítico del discurso noticioso, un ejemplo.

Considerando la perspectiva del análisis crítico del discurso, se recuperó una noticia proyectada en el noticiero *Enfoques*, de Canal 7, del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión. La fecha contemplada fue el viernes 3 de octubre del 2009. Por sus características técnicas. Esta noticia se ubicó en el segundo bloque del noticiero; se construyó con 80 tomas; tuvo una duración de 12 minutos con 48 segundos. El objetivo de esta aproximación fue identificar los procesos de visibilización/invisibilización que sobre *lo público/ciudadano* se construyen desde un segmento noticioso. Los recursos analíticos que se utilizaron fueron el tema o asunto, las macroproposiciones, la representación del nosotros (grupos internos), la representación del ellos (grupos externos), los significados implícitos (implicaciones, presupuestos, alusiones y ambigüedades), las formas locales, la estructuración y carácter de las cláusulas, la secuencia lógica argumentativa, las normas, valores y principios ideológicos y los contextos locales y globales.

Texto de la noticia.

Conductora: “El gobernador del Estado entregó equipos, vehículos a diferentes municipios en el estados para poder incrementar la seguridad” (toma 60, carros de policías y un tráiler)

Reportera: “Con objetividad se debe tratar el tema de la seguridad (toma 61- imagen de soldados) no se vale que los rumores distraigan el buen trabajo, (imagen de soldados y una camioneta de policías) que está realizando la autoridad en éste ámbito señaló el gobernador Emilio González Marqués (toma 63- personas sentadas)

Entrevista: (toma 64- Imagen de Emilio dando un discurso)

Emilio: “que conozcan los rumores que no sea la perfección la que nos dirija dentro de nuestro actuar, que cada vez mas sea la realidad objetiva de lo que ocurre en cada rincón de nuestro Estado la que nos ayude a puntualizar las estrategias para buenos resultados.

Reportera: “destacó los buenos resultados que ha tenido en contra de la delincuencia gracias a la coordinación de la delincuencia de los elementos e seguridad”.(toma 55- personas sentadas en la segunda entrega de equipamiento) (**Toma 66- Emilio hablando**)

Emilio: porque en Jalisco sus policías son gente limpia que está comprometida con los ciudadanos que no escucha el canto de las sirenas del narcotráfico que no traicionan a los suyos (toma 67- personas sentadas escuchando)

Reportera: (toma 68- policía al lado de una camioneta), (toma 69 – imagen de varias camionetas y policías) el mandatario estatal entregó 136 camionetas destinados al área de seguridad de 68 municipios los cuales representaron una inversión de 24 millones de pesos (toma 70 – el gobernador hablando con varias personas). Emilio entregó 24 vehículos a la secretaría de vialidad, María Carrillo.

Texto sólo de la conductora y reportera:

Conductora: “El gobernador del Estado entregó equipos, vehículos a diferentes municipios en el estados para poder incrementar la seguridad”

Reportera: “Destacó los buenos resultados que ha tenido en contra de la delincuencia gracias a la coordinación los elementos de seguridad”.

Reportera: “El mandatario estatal entregó 136 camionetas destinados al área de seguridad de 68 municipios los cuales representaron una inversión de 24 millones de pesos Emilio entregó 24 vehículos a la secretaría de vialidad”

Interpretación crítica discursiva.

La conductora visibiliza al Gobernador de Jalisco mediante su inclusión en la presentación de la noticia, a través de un recurso de activación/participación. Lo menciona a partir de su cargo, con lo que lo incluye personalmente a través de una determinación nominativa formalizada, y lo asocia con una función activa, de benefactor, y con una finalidad, que es la de “incrementar la

seguridad”, con lo que opera una inclusión personalizada de determinación categorizada de funcionalización. Con esta última expresión, la conductora da por sentado que la seguridad existe, y que lo que el Gobernador hace con esta medida es aumentarla. A través de su propia nota, la reportera se convierte en la reproductora de lo que dice Emilio González señala, de los buenos resultados que él mismo ha tenido en “contra de la delincuencia”, mediada por la “coordinación de los elementos de seguridad”, los cuales son incorporados en la nota a través del recurso de participación.

Estas son las expresiones discursivas que el Gobernador Emilio González manifestó en esta información noticiosa:

Emilio: “Con objetividad se debe tratar el tema de la seguridad, no se vale que los rumores distraigan el buen trabajo que está realizando la autoridad en éste ámbito, señaló el gobernador Emilio González Marqués”

Emilio: “Que conozcan los rumores, que no sea la perfección la que nos dirija dentro de nuestro actuar, que cada vez mas sea la realidad objetiva de lo que ocurre en cada rincón de nuestro Estado la que nos ayude a puntualizar las estrategias para buenos resultados.

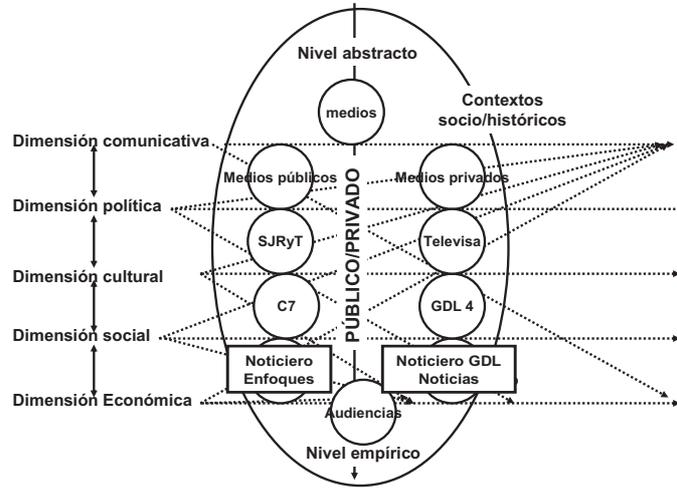
Emilio: “Porque en Jalisco sus policías son gente limpia, que está comprometida con los ciudadanos que no escucha el canto de las sirenas del narcotráfico que no traicionan a los suyos”.

Interpretación analítica.

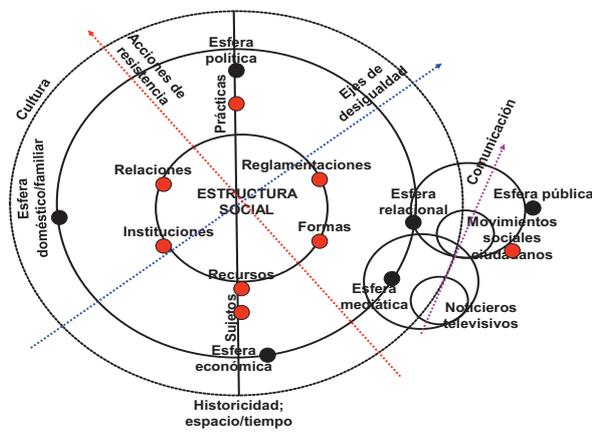
El Yo es la autoridad, los policías, los ciudadanos y el propio Gobernador, que buscan la seguridad con estrategias basadas en la realidad objetiva del Estado. Los Otros son los que portan los rumores, la gente sucia, los que traicionan, los que son narcotraficantes y/o policías corruptos, y que no son de Jalisco. Utiliza el pronombre proclítico *se*, que implica despersonalización de la acción. Al utilizarlo, el Gobernador invisibiliza a quien “debe tratar con objetividad el tema de la seguridad”. Se hace uso del recurso de la exclusión por *backgrounding*, que radica en destacar en qué consiste la acción, al mismo tiempo que se coloca en segundo plano a quien realiza. *No se vale*. Por otro lado, antropomorfiza a los *rumores*, asignándoles la función de distraer.

Además de que visibiliza a la *autoridad*, asociándole con la seguridad, y calificándola positivamente por el buen trabajo “que está realizando”. Pareciera ser que en la forma en que construye sus enunciaciones, Emilio González, separara autoridad de Gobernador, sin embargo, también puede significar que al aprobar el trabajo de la autoridad en materia de seguridad, él está avalando su propio trabajo, en la tanto que como Gobernador representa uno de los poderes en la entidad. De esta manera él termina por auto/visibilizarse. En tanto a los *policías* se les visibiliza por parte del Gobernador como *gente limpia*, comprometida con los ciudadanos. Usa la metáfora del “canto de las sirenas” para referirse a la policía como no seducible. Además de que se les vincula con la no traición, con lo que implícitamente se les coloca como poseedores de valor de la lealtad. Asimismo, se les asigna un lugar, Jalisco, como recurso de construcción de identidad asociada al lugar.

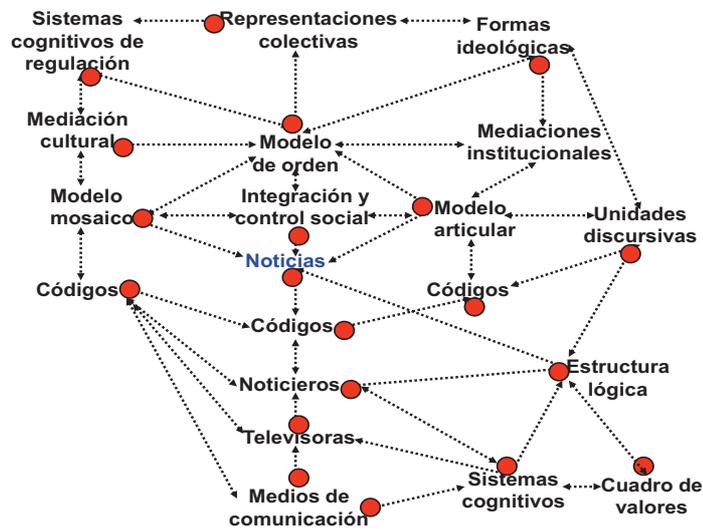
Anexo 10. Mapa inicial de investigación.



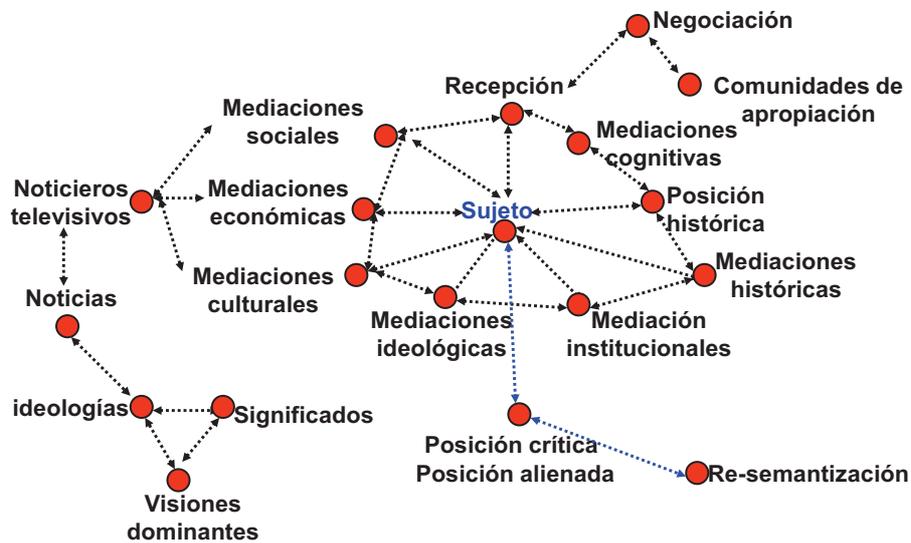
Anexo 11. Cartografía de ubicación estructural del estudio.



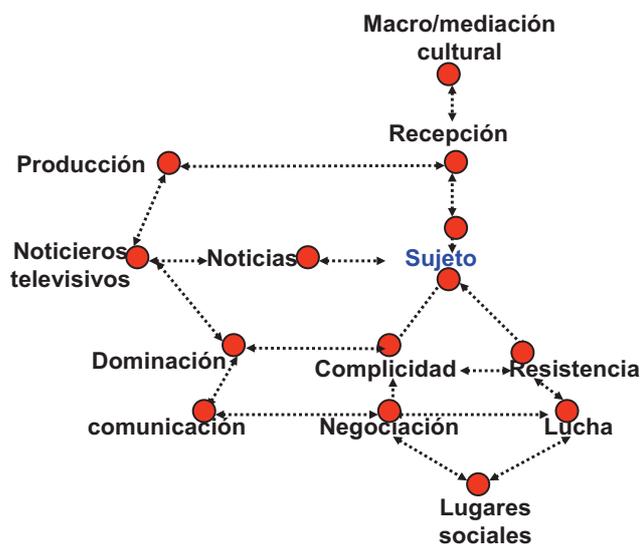
Anexo 12. Mapa general del problema de investigación desde la noticia.



Anexo 13. Mapa analítico sobre las mediaciones en el consumo de noticieros



Anexo 14. Mapa analítico para la comprensión de la disputa en el consumo de noticias.



Anexo 15. Preguntas de entrevista a los dirigentes de los movimientos sociales.

1. ¿En qué consiste el movimiento?
2. ¿Cómo inició tu interés por hacer este trabajo?
3. ¿Cuáles son las principales problemáticas en Guadalajara?
4. ¿Cuáles son las principales características de su organización?
5. ¿Qué es lo público y qué lo privado?
6. ¿Cuáles son las principales propuestas de su organización para enfrentar la problemática de esta ciudad?
7. ¿Qué valoración hace de la televisión abierta que se proyecta en la ZMG?
8. ¿Cuál es su opinión sobre Televisa Guadalajara?
9. ¿Cuál es tu opinión sobre Canal 7 del gobierno estatal?
10. ¿Qué ve usted en televisión?
11. ¿Qué noticiero le gusta ver?
12. ¿Qué piensa de las noticias que se ofrecen por televisión?
13. ¿Qué manejo considera que se le otorga en la televisión a la información sobre los problemas de interés público?
14. ¿Has visto el noticiero de GDL Noticias y el de Enfoques? ¿Cuál es su opinión sobre ellos?
15. ¿Qué relación hay entre movimiento por otra vialidad y movilidad urbana y construcción de ciudadanía en Jalisco?

16. ¿Contribuye la televisión a construir conciencia y participación ciudadana?
17. ¿Qué importancia reviste la información noticiosa televisiva para visibilizar los problemas y las alternativas a los problemas sociales?
18. ¿Puede un noticiero televisivo favorecer la construcción de ciudadanía?
19. ¿Cuál sería el ciudadano ideal en Guadalajara?
20. ¿Cuál sería un noticiero televisivo ideal a construir en estas condiciones?

APPO Asamblea Popular de los Pueblos de Oaxaca.

C7 Canal 7.

CESJAL Consejo Económico y Social de Jalisco para el Desarrollo y la Competitividad.

CEJ Colectivo Ecologista Jalisco.

CIC Campamento Informativo Ciudadano.

CNN Cable News Network.

COLEGA O Colectivo Lésbico, Gay de Occidente

EPR Ejército Popular Revolucionario

GDL Guadalajara.

GVA Gómez Vázquez Aldana.

IFE Instituto Federal Electoral

ISSSTE Instituto de Servicios y de Seguridad Social de Trabajadores del Estado.

ITESO Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.

LGBT Lesbianas, gays, bisexuales y transexuales.

MAPDER Movimiento Mexicano de Afectados por las Presas y en Defensa de los Ríos.

PAN Partido de Acción Nacional

PRD Partido de la Revolución Democrática.

PRI Partido Revolucionario Institucional.

SAGARPA Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación

SCJN Suprema Corte de Justicia de la Nación.

SCT Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

SJRTV Sistema Jalisciense de Radio y Televisión.

SME Sindicato Mexicano de Electricistas.

UNAM Universidad Nacional Autónoma de México.

Figuras, tablas y gráficas.

Figuras.

- Figura 1. Concepto ordenador como eje y referentes empíricos /6
- Figura 2. Ciudadanía: ejes, dimensiones y enfoques. /106
- Figura 3. Movimientos sociales, ciudadanía y *lo público*/126.
- Figura 4. Cartografía general de investigación/ 173
- Figura 5. Matriz analítica del proceso de *communicative framing*/178
- Figura 6. Niveles estructural e intersubjetivo en la aproximación al *communicative framing*/183
- Figura 7. Enmarcamiento de lo público y lo privado en conductores televisivos /211
- Figura 8. *Communicative framing* del Campamento Informativo Ciudadano /218
- Figura 9. *Communicative framing* del Tianguis Cultural/222
- Figura 10. *Communicative framing* del Colectivo Ecologista Jalisco/225.
- Figura 11. *Communicative framing* de COLEGA AC/229
- Figura 12. *Communicative framing* de GDL en Bici/233
- Figura 13. *Communicative framing* de Comunidad CRECE/236
- Figura 14. Dirigentes de movimientos sociales: *communicative framing* de lo público y lo privado/242

Tablas.

- Tabla 1. Contexto de oferta televisiva de Canal 7 y Canal 4/174
- Tabla 2. Estructura y secuencia de elementos de los noticieros televisivos/174
- Tabla 3. Matriz para registro de información de contenidos de los noticieros televisivos monitoreados /176
- Tabla 4. Nombres, empresa y calendarización de entrevista a conductores/179
- Tabla 5. Calendarización de entrevistas a dirigentes sociales /180
- Tabla 6. Conductores televisivos: enmarcamiento de problema, antagonista, símbolos, contra/símbolos y dicotomías /209

Tabla 7. Conductores televisivos: enmarcamiento de la auto/atribución, pautas de acción y alternativas /210

Tabla 8. Conductores televisivos: *framing* del ciudadano /213

Tabla 9. Dirigentes: *Communicative framing* de problema, antagonista, símbolos, contra/símbolos y dicotomías/237.

Tabla 10. Movimientos sociales: visión de conjunto de auto/atribución, pautas de acción y alternativas/239

Tabla 11. Dirigentes: atribuciones tipificadas al gobierno y a los medios de comunicación/240

Tabla 12. Movimientos sociales: fase de desarrollo, proceso implicado e impacto/240.

Tabla 13. Dirigentes: *framing* del ciudadano/244

Gráficas.

Gráfica 1. Noticiero Enfoques y el tipo de programas /187

Gráfica 2. Noticiero Enfoques y oferta programática por género /187

Gráfica 3. Noticiero Enfoques y origen de la oferta programática /188

Gráfica 4. Noticiero *GDL Noticias* y el tipo de programas /189

Gráfica 5. Noticiero *GDL Noticias* y oferta programática externa por género /189

Gráfica 6. Noticiero *GDL Noticias* y el origen de su oferta programática /190

Gráfica 7. Noticiero *Enfoques*: cortinilla de entrada, alcance /191

Gráfica 8. Noticiero *Enfoques*, dimensiones de cortinilla de entrada /192

Gráfica 9. Noticiero *Enfoques*: dimensionalidad política /193

Gráfica 10. Noticiero *GDL Noticias*: cortinilla de entrada, alcance /194

Gráfica 11. Noticiero *GDL Noticias*, dimensiones de cortinilla de entrada /194

Gráfica 12. Dimensionalidad en la información: comparación /195

Gráfica 13. Cantidad de noticias transmitidas /196

Gráfica 14. *Enfoques* y *GDL Noticias*: dimensionalidad de sus notas informativas /198

Gráfica 15. Géneros periodísticos /200

Gráfica 16. Noticiero *Enfoques*: actores publicitados /201

Gráfica 17. Noticiero *GDL Noticias*: actores publicitados /202

Gráfica 18. *Enfoques* y *GDL Noticias*: instituciones públicas publicitadas /203

Gráfica 19. Referencialidad de noticias: *GDL Noticias* y *Enfoques* /205