

## LA TELENÓVELA DE LA CIUDADANÍA Y LA CIUDADANÍA EN LA TELENÓVELA



*Darwin Franco Mígués \**  
*Guillermo Orozco Gómez \*\**

### *Introducción*

El ejercicio de la ciudadanía y sus múltiples representaciones circula hoy en día en el discurso de las pantallas y de los circuitos de información existentes. Los sujetos sociales más que nunca se distinguen y caracterizan por su estar y ser audiencias-usuarios en un expansivo ecosistema comunicativo. El nuevo ciudadano es también y cada vez más, un «ciudadano mediático» en permanente interacción con las pantallas, desde donde percibe, interpreta y se apropia información, significados, ideas e imágenes de lo que implica estar en el mundo, en su país, en su región y en su ciudad. En esto, la televisión juega un rol central, aunque no único.

El ciudadano mediático interactúa con los otros, con lo otro, con lo público y hasta con lo privado y con él mismo a través de las pantallas (Orozco, 2008). Y es en esas múltiples y cada vez más insustituibles interacciones con la pantallas, el ámbito intangible en el cual y desde el cual se conforman algunos de los sentidos de lo que es ciudadanía, de lo que se espera de la participación ciudadana y, en general de los ciudadanos. El ciudadano mediático construye sus nociones de lo que

---

\* Alumno de la Maestría en Comunicación, generación 2008-2010 del Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara.

\*\* Profesor investigador de la Maestría en Comunicación de la Universidad de Guadalajara y miembro del Sistema Nacional de Investigadores, nivel III.

es, mediado por las representaciones que de él y su entorno se hacen en las pantallas. Mediación en la que la televisión juega un rol central, aunque no único.

Los diversos géneros programáticos televisivos inciden diferencialmente en las representaciones que se difunden en la pantalla, conformando desde sus formatos particulares propuestas relacionadas con los valores y las ideas o posiciones de lo que sería ser ciudadano y de lo que sería una ciudadanía deseable, moderna, actual, en este caso, de los televidentes.

Por esto, en el presente texto queremos explorar y discutir algunos de los puntos centrales que están en juego en la conformación contemporánea de la ciudadanía y la manera particular en que la televisión y la ficción específicamente, contribuyen a esa conformación.

Los estudios sobre la influencia de los medios y en particular sobre el impacto de la televisión tradicionalmente se han centrado en los géneros noticiosos y en los programas de comentarios. La corriente de la *agenda setting* de larga trayectoria (McCombs y Shaw, 1972) ha servido de sustento para explorar la agenda política de las instituciones mediáticas en momentos y ante temas concretos y ha mostrado cómo desde el formato de los noticieros se construyen representaciones y perspectivas, no sólo de lo que es noticia o es relevante, sino de cómo verlo, entenderlo y apropiarlo para estar en consonancia con una identidad nacional, liberal o mundial.

Otros géneros programáticos como el de la ficción y en especial el formato melodramático de la telenovela han sido menos abordados con esta intencionalidad como objeto de estudio en relación a la formación de nociones políticas o en relación con propuestas de sentido sobre las aspiraciones y las perspectivas ideológicas deseadas y esperadas por las visiones hegemónicas de lo que es ciudadanía o lo que implicar ser un ciudadano.

Esto ha sido así debido a que en el género noticioso es más o menos explícito el tipo de direccionalidad política o ideológica que se le da a la interpretación de un acontecimiento, a su importancia y a las vinculaciones que de él se hacen o se deben de hacer, con otras dimensiones de la vida pública. En cambio, con la telenovela, sobre todo con la mexicana, centrada tradicionalmente en lo privado, en lo íntimo, no

es siempre evidente la propuesta política ni la propuesta específica de ciudadanía, ya que éstas se dan bastante veladas, diluidas en conductas aparentemente individuales e individualizadas de sus personajes, donde las narrativas casi nunca aluden expresamente a lo público o a la política. Menos aún en el caso mexicano (Dorcé, 2007).

Mientras que en Brasil la telenovela principal del día toca abiertamente los temas públicos y populares que están en boca de todos los televidentes y constituyen el centro de las conversaciones cotidianas, en México, la telenovela clásica «a la Televisa» ha eludido siempre presentar o referir de manera explícita lo político y lo público (Mazziotti, 2006), salvo excepciones esporádicas recientes. Una de las «grandes excepciones» ha sido la telenovela de Canal 13, TV Azteca *Nada personal*, que abiertamente se incrustó en la veta de la vida política y la esfera pública (Dorcé, 2007). Usualmente, la telenovela en los canales mexicanos, tanto de Televisa como de TV Azteca es intimista, restringida al interior del hogar. Todo pasa «en familia» y aparentemente sin conexión con el exterior, con lo público, con todo eso que está o estaría más allá de las afectividades personales.

En este texto justamente partimos de una hipótesis diferente que tiene que ver con la idea de que no por centrarse en interacciones personales, afectivas íntimas o caseras de los protagonistas, lo que está en juego acaba en esa dimensión, sino por el contrario, lo que se muestra opaca y eclipsa, pero no elimina, lo político y lo público que subyace. Pensamos que hay en la telenovela mexicana una propuesta política profunda, y en concreto una posición frente a la ciudadanía y a lo que implica ser ciudadano.

### *Ciudadanía, un breve recorrido*

¿Qué es la ciudadanía y qué significa ser ciudadano? Es la interrogante que ha intentado responder la teoría política desde los tiempos de los griegos y de la que, ahora, se tienen diversas y múltiples concepciones que ahondan ya no sólo el campo de lo jurídico-político, sino también en lo cultural-comunicativo.

La ciudadanía ha sido explicada desde su estado natural. Aristóteles consideraba que el *zoon politikon* (el hombre) es un animal político y,

por ende, en su génesis es un ciudadano que busca incidir en la plaza pública; por otro lado, los romanos, en específico Cicerón, consideraba que el hombre es una entidad jurídica y como ciudadano contrae sólo una relación legal con el Estado. Ambas percepciones, vigentes hoy en día, han hecho que:

La jurisprudencia transforme el concepto de «ciudadano» de *zoon politikon* a *legalis homo* y de la *civies* o *polites* (las palabras latina y griega para designar al ciudadano, respectivamente) a la de *bourgeois* o *burger*. Como consecuencia, el ciudadano pasó a identificarse en cierto modo como súbdito (Pocock, 1995: 38) y ya no como un animal político (Heater, 2007:15-16) (Cursivas propias).

Esta reconfiguración jurídico-política de lo que implica ser un ciudadano se ha trasladado a nuestros días bajo la visión del *pensamiento liberal*, donde se sitúa al sujeto social al centro de la interacción socio-política, y al *pensamiento republicano*, donde se confiere a éste una relación de derechos y obligaciones con base en su pertenencia a una colectividad o sociedad. Otra postura política, como el *comunitarismo cívico*, propone mirar a la ciudadanía en función de las vinculaciones sociales o el carácter social del ciudadano y sus lazos de pertenencia, no tanto en relación a los aspectos jurídico-políticos, ya que el foco del ciudadano está en la manera en que éste conforma lazos y valores comunitarios que actúan en pro del «bien común» por encima de los derechos (Ramírez, 2007:16).

Estas tres corrientes, hasta nuestros días, se han constituido –desde la ciencia Política– en las matrices teóricas para entender lo qué es la ciudadanía y para explicar todos los procesos que intervienen en la construcción de la misma.

Sin embargo, no fue hasta que T.H. Marshall en su obra *Ciudadanía y clase social* (1998) –de forma sistemática– sentó los antecedentes para entender de manera más compleja a la ciudadanía y sus distintas dimensiones; el teórico inglés propuso mirar a la ciudadanía a través de una estrategia teórica de rango medio en las que las unidades de análisis son estructuras sociales específicas; con ello no sólo separó el concepto de ciudadanía de una concepción netamente jurídica, sino

que la ancló a una dimensión histórica distribuida en tres dimensiones: civil, política y social.<sup>1</sup>

La civil (igualdad ante la ley), la política (el voto) y la social (Estado de bienestar) son tres dimensiones históricas con las cuales Marshall pretendía explicar que la ciudadanía es un proceso socio-cultural evolutivo e irreversible que tenía una función integradora al tratar de disminuir la distancia entre las clases sociales (1998: 20-21).

A partir de esta división tripartita es que los estudios sobre la ciudadanía han buscado interpretaciones sobre las nuevas formas de ser ciudadano. Catalogado como un concepto «paraguas»; la ciudadanía ha sido utilizada para explicar todo asunto político y jurídico-electoral, otorgándole –como plantea Kymlicka y Norman (1997)– un alcance potencialmente ilimitado (Ramírez, 2007:10).

El investigador mexicano Juan Manuel Ramírez, ante las dificultades para situar y ubicar el concepto de «ciudadanía» ha rastreado el estado de la cuestión identificando cinco temas centrales: *a)* los ejes estructurantes: jurídico-político, socio-antropológico e institucional; *b)* las dimensiones implicadas: civil, política, social, económica y cultural; *c)* los procesos instituyentes de derechos y ciudadanía: defensa, ampliación e innovación; *d)* el ámbito de vigencia y ejercicio: local, nacional o global, y *e)* sus referentes teóricos: liberal, comunitaria y republicana.

En su construcción teórica, Ramírez precisa que hay una oposición y polarización entre quienes ven a la ciudadanía como un aspecto jurídico-político y quienes apuestan más por su aspecto socio-antropológico (identidad, sentido de pertenencia a una comunidad, prácticas sociales para ejercer los derechos y cumplir las responsabilidades), a esto añade el eje «institucional» (documentos que protegen los derechos y regulan las obligaciones, constituciones). Es la conjunción y estructuración de estas instancias las que al final constituyen a la ciudadanía: «Desde un punto de vista genético o diacrónico, los derechos y la ciudadanía se inician como prácticas

---

<sup>1</sup> La obra de Marshall ha sido criticada por centrar su análisis en el contexto inglés; sin embargo, su división tripartita de los derechos ciudadanos sigue siendo muy útil para el estudio de la ciudadanía.

sociales, después se legalizan como estatus y finalmente se materializa a través de instituciones» (*idem*).

Al construirse a través de las prácticas sociales, la ciudadanía va evolucionando conforme los cambios socio-políticos y sus elementos estructurantes, de ahí que no puede separarse a la ciudadanía de la lucha histórica por «el derecho a tener derechos» (*ibid.*: 11). La liga indisoluble entre los derechos y la ciudadanía será una de sus características primordiales al momento de hablar de ciudadanos, al igual, que las actividades políticas que se desprenden de su relación con el Estado al pelear por la defensa, ampliación e innovación de esos mismos derechos.

Más allá del la división tripartita de Marshall, en las dimensiones implicadas actualmente en la ciudadanía –civil (igualdad ante la ley), política (votar y ser votado), social (nivel de bienestar: seguridad, salud, vivienda, educación, etc.), económica (participación de los individuos en las decisiones sobre economía que afectan a la comunidad política de referencia) y cultural (respeto a la diversidad)– se han logrado grandes cambios y en mayor o menor medida están todas integradas en las constituciones nacionales y en los tratados internacionales; es la consecución o logro de éstas lo que prevalece como una de las tareas primordiales de los derechos humanos.

De ahí que el debate sobre lo ciudadano se centre en los ámbitos de vigencia y ejercicio, pues como establece Adela Cortina (1997), ya es posible hablar de «ciudadanos del mundo o de una ciudadanía mundial».

En sociedades contemporáneas como las nuestras, tan cargadas de información y mercancías, es difícil situar al ciudadano dentro de un marco territorial específico, ya que la interculturalidad y multiculturalidad, a consecuencia de la globalización, implica que el «ser ciudadano hoy» escape de la mera relación con un Estado-nación, potencializando el hecho de que la ciudadanía actual deba entenderse en un plano cultural-global.

Esta nueva configuración ciudadana mediada por la globalización y los mercados económicos ha sido primordialmente moldeada por los medios de comunicación y las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's). Es la incorporación de éstos lo que ahora coloca

al sujeto, en cuanto ciudadano, ante otras formas de reconocimiento y pertenencia en espacios mediáticos y virtuales.

### *Ciudadanía comunicativa o mediática*

El ejercicio de la ciudadanía, se podría decir, ha desbordado hace tiempo los marcos de la teoría política para situarse ahora en las complejas redes del mercado y de los medios de comunicación (Mata, 2002: 66-69).

La nueva representación de ciudadanía como producto de «consumo mediático» hace pensar que las reconstrucciones de lo que somos pasan necesariamente por la reconfiguración del ciudadano presente en las pantallas, principalmente la televisiva; como lo señala Camacho: «Hablamos de una ciudadanía que se construye a partir del consumo cultural de la oferta mediática [...] esto es una Ciudadanía Comunicativa» (2003: 61).

¿Qué pasa entonces con la ciudadanía?, ¿dónde concebimos lo que significa ser ciudadano?

Hombres y mujeres perciben que muchas de las preguntas propias de los ciudadanos –a dónde pertenezco y qué derechos me da, cómo puedo informarme, quién representa mis intereses– se contestan más en el consumo privado de bienes y de los medios masivos que en las reglas abstractas de la democracia o en la participación colectiva en espacios públicos (García Canclini, 2001: 13).

Martín-Barbero y Rey (1999) precisan que lo anterior se debe a que los medios, en especial la televisión, potencializan el des-ordenamiento cultural que no es más que la conformación de un mercado cultural en el que las fuentes de producción de la cultura pasan de la «dinámica de las comunidades a la lógica de la industria». Este fenómeno provoca que los patrones culturales se vuelvan de consumo y, por ende, existan «sociedades paralelas»: la de los conectados, con acceso a la oferta de bienes y saberes, y los excluidos, quienes no poseen la información mínima para «poder decidir como ciudadanos».

Las alternativas, entonces, para la constitución del ciudadano en relación con su interactividad con las pantallas pueden ser dos:

1. Ciudadano-consumidor: el ciudadano es más en cuanto a lo que posee o a la cantidad de información que es capaz de dar y recibir; proceso que puede llevar a la alienación de lo político al generar la despersonalización del ciudadano.
2. El retorno del ciudadano como «protagonista de la esfera pública»: la posibilidad que brinda la «interactividad» con las pantallas provoca que el sujeto pueda fungir, ya no sólo como audiencia sino como usuario, pasando así de ser consumidor a productor de contenidos; su incidencia en el espacio simbólico –vuelto común por las tecnologías de producción y distribución de información– permitiría un cambio real en la forma en que se es ciudadano al ser éste el que directamente participe en los debates públicos (Pérez Luño, 2004: 66-68).

Estas nuevas ciudadanías, prefiguradas aunque aún por realizarse plenamente, estallan en las narrativas de los medios de comunicación y reconfiguran no sólo el lugar desde donde pensar «lo público», sino que fragmentan las visiones sociales recreando nuevos escenarios para la política:

La comunicación y la cultura son el estratégico escenario que le exige a la política recuperar su dimensión simbólica, su capacidad de representar el vínculo entre los ciudadanos, el sentimiento de pertenencia a una comunidad para enfrentar la erosión del orden colectivo (Martín -Barbero y Rey, 1999: 15).

El problema es que en la actualidad la constitución y conformación de ciudadanos en gran medida se da a partir de la conexión-desconexión de las tecnologías y realidades virtuales, en lugar de las representaciones o identificaciones con figuras, estilos y prácticas tradicionales que han definido históricamente la cultura y las prácticas ciudadanas. Ante esto, una vía de explicación para desentrañar lo que implica actualmente ser un ciudadano –en la sociedad de la información– tendría que venir desde el ámbito comunicativo:

Lo que distingue y caracteriza a los sujetos sociales hoy en día es precisamente su estar y ser audiencias-usuarios en un expansivo



ecosistema comunicativo. Un estatus, éste, que no obstante su reciente generalización, es un estatus que define cada vez con mayor contundencia la manera de estar en sociedad actualmente, y en especial la nueva forma de ser ciudadano (Orozco, 2008: 1).

Por tanto, la «ciudadanía comunicativa o mediática» es la forma en que el consumo mediático y el constante ir y venir de las informaciones determina la capacidad política y ciudadana para ejercer y actuar en la esfera pública, delimitando el papel activo del ciudadano en una especie de interlocutor que configura sus nociones político-ciudadanas con base en la espectacularización de lo político, donde éste es sólo aludido y no actor principal de sus problemáticas.

#### *Ciudadanos mediáticos: formas y representación cultural*

El interés mediático por lo ciudadano ha surgido como una necesidad de entender las nuevas formas de interpelación de la ciudadanía, es decir, el cambio en los patrones sobre la apreciación de lo que es el «espacio público» y cómo la apreciación mediática de este nuevo espacio modifica no sólo la forma de entender la política, sino la manera en que se percibe ser un ciudadano.

Al respecto se abren varias vías de análisis que van desde los estudios sobre la promoción al derecho a comunicar, el acceso equitativo a los medios de comunicación (en visibilización y producción), la promoción del periodismo cívico y, por consecuencia, la apuesta por introducir la educación cívica como elemento vital en los procesos de producción y significación de los medios de comunicación.

Sin embargo, en tiempos de la llamada «teledemocracia», conjunto de teorías y de fenómenos prácticos referentes a la incidencia de las nuevas –y viejas– tecnologías de la información en la política (Pérez Luño, 2004: 60-66), las investigaciones se han focalizado en cómo la utilización de dichas tecnologías modifica los procesos de participación política al transformar el espacio público y reconfigurar la manera de ser ciudadano.

Dado que «ser ciudadano», como precisa Norbert Lechner: «no se refiere tan sólo a la política institucional, sino progresivamente

a la vida social» (2000: 10); precisando que es la televisión y los medios los que ahora construyen la dimensión simbólica de la política, reconfigurando «lo público» en esferas privadas. Trasladando lo problemas públicos en situaciones privadas, tal y como ocurre en las telenovelas.

Los «ciudadanos mediáticos», entonces, se conciben como tales conforme son aludidos e interpelados en los medios de comunicación, es decir, los medios toman al ciudadano supuestamente como sujeto principal, en tanto sujeto discursivo y objeto de interpelación: «desde los noticieros y programas de opinión pública se somete a los ciudadanos de carne y hueso y sus demandas a un proceso de reinención que deriva en la fabricación de figuras estereotipadas de lo que supondría es un ciudadano» (Winocur, 2001: 191).

Pero como lo estableciera Pedro Santander (2004), «se habla de ellos, pero no con ellos»; son un tercero discursivo dentro del lenguaje mediático, con lo que se separan sus demandas reales de las construidas a partir de los medios de comunicación. Nos volvemos ciudadanos o concebimos lo que es ser un ciudadano en las demandas públicas que la televisión presenta como demandas sociales, en los derechos que clama la pantalla sean respetados o, peor aún, en la aceptación o rechazo que crea la televisión respecto a los «otros», los diferentes.

Rossana Reguillo conceptualiza a éstos como «operadores del cambio», grupos sociales emergentes que han logrado visibilidad mediática: puntualizando que tras la explosión de los otros, los medios se han abierto al conjunto de expresiones sociales que conquistan el espacio de forma paulatina (mujeres, indígenas, jóvenes, homosexuales, consumidores, migrantes y movimientos ciudadanos), y en un segundo plano, se crean y fortalecen redes sociales en las que la comunicación deja de operar en sentido vertical para constituirse en un recurso fundamental para la construcción de ciudadanía activa (2005: 67).

Esto porque pocas veces entendemos a la ciudadanía como una relación entre ciudadano-ciudadano, donde el reconocimiento de lo «distinto y diverso», culturalmente hablando, va más allá del reconocimiento legal. Para Renato Rosaldo (2001), la ciudadanía puede verse como un proceso cultural en el sentido de que los «marginados y excluidos» tienen una visión particular de lo que serían la pertenencia

y es necesario considerar esa visión al renegociar el contrato nacional con tales grupos. Razón por la cual, este artículo toma a la ciudadanía también como un proceso cultural, sin dejar de lado su aspecto jurídico-político, que al final es el fundamento desde donde lo cultural-comunicativo adquiere forma y sentido.

Las investigaciones en América Latina más significativas respecto a la relación de medios-televisión-ciudadanía se han enfocado en la representación que se hace del ciudadano en los noticieros (Larraín y Valenzuela, 2004); el acceso de los ciudadanos a las noticias de televisión –desde una perspectiva lingüística– (Macassi, 1996 y Santander, 2004); la recepción de noticieros televisivos y su impacto en las colectividad ciudadana (Vernick, 1996); la construcción de nociones político-ciudadanas producto del consumo televisivo (Morgan y Shanahan, 1995); la modificación de la participación ciudadana producto del consumo mediático (Winocur, 2002), y la construcción de ciudadanía cultural producto de las prácticas mediáticas (Padilla, 2009).

El hecho de que el género noticioso sea el más estudiado en su relación con la construcción de ciudadanía devela el interés por estudiar los espacios televisivos donde aparentemente resulta más claro identificar «el tipo de direccionalidad política o ideológica»; no obstante, aquí se propone voltear la mirada a otros géneros televisivos como: la ficción, en específico la telenovela.

### *La ciudadanía en la telenovela*

Las telenovelas, como un acontecimiento de importancia en la vida cotidiana, construyen en las audiencias imaginarios individuales y colectivos, validando creencias y expectativas en la formación de identidades volátiles que perduran por décadas (Martín-Barbero, 1987), incluso han ido más allá:

Al inducir reconocimiento identitarios en múltiples segmentos de la audiencia, a la vez que han construido, reproducido y recreado prototipos de clase, de género, de raza y edad, petrificado y perpetuado rasgos y características culturales no deseables, como el machismo (Orozco, 2006:14).

Martín-Barbero y Rey precisan que las telenovelas son la mejor muestra del reconocimiento cultural y la (re)conformación de las identidades colectivas dentro de un producto televisivo, pues son capaces de entrecruzar la memoria y el formato, las lógicas de la globalización y las dinámicas culturales: «Las telenovelas logran mestizar el desarrollo tecnológico del medio con los nuevos destiemplos y anacronías narrativas que parte de la vida cultural de nuestros pueblos» (1999: 94).

A esta serie de rasgos culturales e identitarios, creados por las telenovelas, no se escapa la conformación de ciudadanos, éstos se construyen en la ficción como un supuesto reflejo de la realidad que se reinterpreta en la telenovela y que las audiencias, en relación con sus mediaciones múltiples, asume o rechaza, adhiere o resta a su percepción de ciudadanía.

Thomas Tufte investigador danés, precisa que la telenovela puede favorecer lo anterior debido a que su popularidad en los países latinoamericanos, «constituye un más importante y relevante instrumento de educación que los programas noticiosos o la publicidad social» (2007: 104).

La telenovela y su capacidad para generar diálogo, más allá del referente televisivo, puede romper el silencio, como explica Tufte, al colocar dentro de su narrativa asuntos polémicos o tabúes, desafiando la moral, las normas y los valores sociales de determinada sociedad.

«La telenovela da visibilidad a ciertos asuntos, comportamientos, productos y no a otros; ella define una cierta pauta que regula las intersecciones entre la vida privada y la pública» (Vassallo, 2004: 74). La cita de la investigadora brasileña, ejemplifica el poder narrativo de la telenovela al volverse lugar de referencia no sólo de los diálogos cotidianos de quienes disfrutaban tanto hablar de la telenovela como de verla, sino de los debates públicos al concentrar en sus narrativas problemas sociales que se colocan en la esfera pública gracias a la representación privada que hace la telenovela de los mismos.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> A diferencia de la telenovela mexicana, el modelo brasileño apostó por una postura realista en las temáticas de las telenovelas, lo que las ha situado en un lugar privilegiado para potencializar en el espacio público el debate sobre problemas sociales (Vassallo, 2004).

Al hacer esto, para Vassallo (2004), la telenovela ejerce una función de *agenda setting* (McCombs y Shaw, 1972), pues incorpora temas del ámbito público en sus narrativas, teóricamente, dirigidas al universo privado.

La fusión de las esferas privadas y públicas que realiza la telenovela permite sintetizar problemáticas amplias en figuras y tramas puntuales y, al mismo tiempo, sugerir el que dramas personales lleguen a tener significado amplio (Vassallo, 2004:88).

Esta capacidad de las telenovelas para presentar ficcionalmente temáticas o problemáticas sociales las posiciona como un elemento importante para pensar lo social, en función de su capacidad para «representar-construir la realidad».

La relación telenovelas-ciudadanía es un campo aún no explorado; hay referencias sobre si la ficción televisiva da algunas nociones de lo ciudadano, como lo expone Milly Buonanno (2002) al precisar que la forma en cómo son representados narrativamente los ciudadanos en la ficción, en relación no con sus derechos y obligaciones sino con su derecho cultural de reconocimiento representa una oportunidad importante para reconocer asimismo que las telenovelas –al menos en México– representan un vehículo importante donde la gente puede percibir lo que significa ser un ciudadano, y más aún cuando éstas han reconfigurado su papel de inhibidor de la realidad para buscar incidir en ella tras la incursión de temas políticos-sociales contemporáneos en sus narrativas.

### *Narrativas político-ciudadanas en la telenovela mexicana*

La incursión de las telenovelas mexicanas en lo público, más allá de que éstas aboguen por el espacio privado como lugar de referencia, aún ha sido esporádica, pero contundente al incorporar temas como:<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> La lista de temas corresponden a un trabajo de análisis ficcional hecho para la Cátedra Nacional del Observatorio de Ficción Televisiva (Obitel), Universidad de Guadalajara (agosto-diciembre 2008).

1. La participación en la marcha contra la inseguridad «Iluminemos México» (agosto 2008), producto de los altos índices de violencia y secuestro en el país, ofreciendo soluciones privadas para problemas públicos de seguridad.
2. La elección del Nuevo Sistema de Jubilaciones y Pensiones promovido por el gobierno federal. La promoción se hacía al sistema individual y no a la permanencia del sistema colectivo, el cual se obtuvo por la lucha histórica de los sindicatos nacionales.
3. El derecho de la mujer de abortar, válido en el Distrito Federal, donde fue despenalizado. No obstante, éste se inhibe al catalogarlo «un pecado».
4. El respeto a la diversidad sexual al presentar la «Marcha Lésbico-Gay» de la ciudad de México; sin embargo, su inclusión no se dio para incorporar dicha manifestación social-sexual, sino para denostar el movimiento e imponer patrones machistas.
5. Promoción del Censo Económico 2009; los personajes se mostraban interesados en promover la participación dentro del censo, pero jamás se precisó para qué servía o se utilizaba el mismo.
6. Presentación de la «postura oficial» en torno a los motivos que causaron el desplome del avión donde murió el secretario de Gobierno, Juan Camilo Mouriño.<sup>4</sup> En el capítulo 37 (10/12/2008) de la telenovela *Secretos del alma* (TV Azteca), aprovechando que el protagonista masculino tenía una compañía aérea, éste junto con sus socios (hermano y mejor amigo) presentaron un informe de los motivos y causas del accidente de Camilo Mouriño. Esto se incluyó en la trama de la telenovela a pesar de que había ocurrido un mes antes (4 de noviembre); los personajes de «ficción» señalaron como culpables a los pilotos y puntualizan la falta de visión del gobierno federal que apostó por tener un servicio aéreo barato antes que seguro. Tal como ocurrió en la versión oficial.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Algunas versiones apuntaban a que la muerte del funcionario se debió a un atentado, las autoridades, a la fecha, lo han negado.

<sup>5</sup> Véase <http://www.jornada.unam.mx/2008/11/15/index.php?section=politica&article=007n1pol>

8. En el brote de la influenza porcina (AN1H1) que sufrió México en abril y mayo de 2009, las telenovelas fungieron como canal para informar las medidas sanitarias y, con ello, evitar el contagio. Las telenovelas llevaron su mensaje a tales niveles que se prohibió –durante la contingencia– el contacto físico de los personajes, para con ello, dar un mensaje a la población de los riesgos de saludar de mano o beso.
9. El caso más característico de este fenómeno ocurrió en pleno proceso electoral del año 2006, cuando en la telenovela *La fea más bella* (Televisa), tanto la protagonista como diversos personajes promovieron el voto a favor del candidato del Partido Acción Nacional (PAN), y ahora presidente, Felipe Calderón. Los personajes promovían las bondades de votar por el llamado «presidente del empleo». No obstante, la productora de la telenovela, Rosy Ocampo, precisó que «jamás» hubo proselitismo político, sino sólo una buena venta publicitaria:

Esto obedeció a criterios estrictamente comerciales, tratándolos como cualquier otro producto, como por ejemplo artículos para bebés, ropa íntima para dama y cuidados de la piel que en otras ocasiones hemos incluido dentro de la misma trama y que el público así lo lee, así lo entiende (*El Siglo de Torreón*. Página electrónica).

Como se puede observar, en esta lista de temáticas se ven incorporadas todas las dimensiones de la ciudadanía (política, civil, social, económica y cultural) vinculadas directamente a sus ejes estructurantes (jurídico-político y socio-antropológico); sin embargo, lo que no parece claro es si vinculación abona a su proceso de institución (defensa, ampliación e innovación) o, como observamos en algunos casos, hacia tratar de inhibir los derechos en vez de promoverlos.

El problema que implica la incorporación de estas temáticas es que se realizan de forma descontextualizada y desterritorializada, es decir, los fenómenos socio-políticos a los que refieren aparecen de golpe y explicación alguna, ya que las telenovelas mexicanas, históricamente, se han volcado a los espacios privados, principalmente el familiar, como único lugar de referencia, privilegiando lo afectivo

antes que lo racional o informativo. La incursión de las telenovelas mexicanas en el «espacio público» es un fenómeno nuevo, pues en muchas de ellas ni siquiera existe la referencia espacial: no hay ciudad o país reconocible.<sup>6</sup>

En los temas políticos-ciudadanos incorporados y naturalizados en los diálogos de la telenovela, como parte de las problemáticas privadas de los personajes, pareciera que lo se busca politizar son sus contenidos de una forma deliberada, pues desde el ámbito emotivo y privado se busca aprovechar la fama y popularidad de los artistas-personajes para hablar de temas o problemáticas de «interés público».

De ahí que no sea extraño que sean los personajes de ficción quienes motiven a la gente para afrontar la crisis (spots de Televisa, «Hay que tenerle miedo al miedo»), quienes encabezan campañas políticas (Raúl Araiza y Mayte Perroni con el Partido Verde Ecologista) o quienes se enrolan con políticos para incidir directamente en las percepciones del electorado (Caso Peña Nieto-Angélica Rivera –La Gaviota–).

Esa doble faceta o dualidad que observamos en la que actores «la hacen de políticos» y los políticos actúan de facto como estrellas del *prime time*, es la que nos hace centrar la mirada en las nuevas facetas que asume la telenovela mexicana.

La propuesta que hacemos en estas páginas, está sustentada en observaciones diversas de capítulos de telenovelas transmitidas en los últimos dos años (Anuario Obitel, 2007 y Orozco y Vassallo, 2009), e incluye la determinación de algunas categorías para la observación empírica de las nociones expuestas anteriormente.

Estas permitirían ayudar a comprender cómo en sociedades mediáticas, la telenovela puede fungir –o ha fungido– como un elemento clave en la conformación de ciudadanos y en las nociones vigentes de ciudadanía:

---

<sup>6</sup> Algunas telenovelas especifican el lugar producto de los convenios publicitarios que hacen con las Secretarías de Turismo de algunos estados, tal como ocurrió con *Las tontas no van al cielo* (Televisa) que recibió del gobierno de Guadalajara 3 000 000 de dólares. Este mismo fenómeno ocurrió con la telenovela *Contrato de amor* y, recientemente, con *Pasión Morena* –ambas de TV Azteca–, que promocionaron y promocionan en sus narrativas a los estados de México y Chiapas, respectivamente.



- *Al privilegiar al espacio privado como único lugar de referencia.* Automáticamente se excluye cualquier otro tipo de espacio o escenario social colectivo, público. No se niega su existencia de manera explícita, pero no se menciona ni se refiere, anclando la trama en el único espacio privilegiado: el privado.
- *Al visibilizar u ocultar problemáticas generando u obstaculizando el debate público.* La manera de ventilar o discutir los temas y problemáticas que surgen tratan de solucionarse en una sola dimensión: la afectiva y/o la privada. Pareciera que en la telenovela todo es cuestión de amores, de afectos, no de hechos ni de responsabilidades ciudadanas.
- *Al exhibir o inhibir derechos y obligaciones propiciando el respeto, conocimiento, cumplimiento o incumplimiento de los mismos.* Pareciera que en la telenovela no hay nada escrito ni reglas ni leyes que trasciendan la trama misma y a sus personajes, sino que la manera de dirimir los problemas queda a la deriva de la circunstancia afectiva o en todo caso referida a un *sensorium* o consenso invisible, cultural, reconocible por la audiencia.
- *Al promover acciones de inclusión o exclusión de manifestaciones sociales diversas generando procesos de tolerancia y respeto.* Pero de manera caprichosa. La racionalidad o la «figura de razón» que opera en muchos de los juicios no tiene nada que ver con un código de ética y a veces ni siquiera con una moralidad católica, sino que se nutre de juicios y nociones diversas que emergen y se justifican en aspectos afectivos de la narrativa de las telenovelas.

Explicar lo anterior requiere entender que la telenovela es –a la vez– un producto y una industria cultural que está anclada en los intereses superiores de una institución mediática. «Las telenovelas no se hacen solas» y, por ende, sus contenidos y narrativas se adecúan o ajustan conforme a los objetivos y valores políticos, económicos e ideológicos de la empresa mediática.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Esto explica el porqué Televisa presentó al Instituto Federal Electoral (IFE) en marzo de 2009, un plan llamado: «De la frecuencia efectiva a la frecuencia enemiga», donde demostraban estadísticamente que el *rating* de

Por tanto, no basta a nuestro parecer, precisar cómo son los ciudadanos que las habitan si no se esbozan al menos algunos porqués sobre quiénes influyen o determinan la forma en que se mostrarán los ciudadanos en las telenovelas y, aún más, cuáles son los fenómenos políticos-sociales a los que éstos harán referencia y con qué finalidad.

*La telenovela de la ciudadanía  
y los ciudadanos en la telenovela*

Como un ejercicio de aproximación empírica sobre la relación telenovela-ciudadanía se realizó un trabajo de observación crítica de las telenovelas: *Pobre rico pobre* (TV Azteca, 2008) y *Alma de Hierro* (Televisa, 2008).

La observación fue hecha en dos periodos: del 6 al 10 de septiembre de 2008 y del 27 al 31 de octubre también de 2008, y constituye un primer esbozo de cómo establecer categorías o parámetros de análisis de la representación del ciudadano en las telenovelas.

La observación se planteó responder dos preguntas específicas:

- ¿Qué tipo de prácticas ciudadanas son representadas en las telenovelas mexicanas?
- ¿Cuáles son los temas políticos-ciudadanos que aparecen en ellas?

La intención es buscar la forma en que ambas telenovelas:

- Apelan a lo público dentro de narrativas que abogan por el espacio privado como único lugar de referencia.
- Incluyen problemáticas sociales «reales» dentro de la narrativa «ficcional».
- Representan a los «otros» como forma y/o expresión de la ciudadanía cultural.

Para ello se establecieron los siguientes indicadores:

---

los *spots* electorales bajaba con relación al programa que les antecedió. Televisa buscaba usar sus altos *ratings*, principalmente en las telenovelas, para hacer menciones políticas más efectivas y así burlar la ley que le impone 48 minutos diarios de transmisión por unas felices menciones que sólo llegarían a 30 minutos al día (*Proceso*).

1. *Estructura narrativa*: (entre lo público y lo privado, tanto en representación espacial –locaciones– como en situaciones narrativas (diálogos).
2. *Apelación individual y colectiva de las situaciones narrativas*: incursiones de la ficción en la «realidad social».
3. *Actitudes calificadas como positivas o negativas dentro de la narrativa*: estereotipos de los personajes considerados diferentes.

A través de éstos se intentó dar un panorama –de aproximación general– al tipo de ciudadano ofertado y mostrado en ambas telenovelas.

Cuadro 1  
Análisis comparativo

Indicadores	<i>Pobre rico pobre</i>	<i>Alma de Hierro</i>
1. <i>Estructura narrativa</i>	80% de las escenas se presentan en espacios privados.	90% de las escenas se da en lo privado.
2. <i>Apelación individual y colectiva de las situaciones narrativas</i>	En promedio, de las 25 escenas por capítulo, en 20 (80%) se alude a la temáticas privadas e individuales.	En promedio, de las 15 escenas por capítulo, en 13 (80%) se alude a lo privado e individual como elemento narrativo.
	20% restante se utilizan para la realización de comerciales dentro de la narrativa.	14% restante se utiliza para la realización de comerciales dentro de la narrativa.
	A la semana, la telenovela dedicó 10 minutos a la promoción de productos y servicios públicos.	A la semana, la telenovela dedicó 10 minutos a la promoción de productos y servicios públicos.
3. <i>Actitudes calificadas como positivas o negativas dentro de la narrativa</i>	Estereotipación de los personajes, ya que se les cataloga de acuerdo a su extracto económico y desde ahí se les aprecia y reconoce.	La telenovela estereotipa a sus personajes, pues bajo una cultura machista justifica que éstos griten, insulten y maltraten.

Indicadores	<i>Pobre rico pobre</i>	<i>Alma de Hierro</i>
	Las mujeres son representadas como profesionistas e independientes, pero prevalecen a la sombra de los hombres. Los hombres son conservadores y manifiestan posturas machistas.	La homosexualidad y la discapacidad, incorporadas en la telenovela, se presentan como una «oportunidad», pero en la narrativa se le califica y sanciona como una debilidad, se les discrimina.
	El amor es el único fin, no obstante éste se consiga mediante traiciones o engaños.	El engaño en el matrimonio o las relaciones de pareja se justifica en nombre del amor.
<i>El ciudadano en la telenovela</i>	Predominio de una cultura clasi- sista en donde se acepta al «otro» por lo que tiene, más allá de que el discurso narrati- vo diga lo contrario.	Predominio de la cultura ma- chista. Todos los personajes están sujetos a las decisiones de un padre dominante y poco tolerante.
	Los hombres son los pilares, los que llevan las riendas de la em- presa y vida familiar. Las muje- res se exponen como indepen- dientes y profesionistas pero siempre a la espera de que el hombre le diga qué hacer.	Narrativa centrada en la toma de decisión de los hombres, a pesar del papel independiente con el que se muestra a las mujeres.
	La telenovela hace referencia a «problemáticas sociales reales» para justificar acciones institu- cionales y mercantiles de las televisoras que las producen.	Intrusiones en «la reali- dad» por mera referencia o necesidad mercantil e institu- cional.
	La narrativa busca que los personajes sean reconocidos en lo público aunque el cambio real sólo se da en lo privado.	Los personajes son partici- pativos al interior de la fa- milia, fuera de ella lo hacen no por convicción sino por reconocimiento social.
	Los personajes de la teleno- vela viven en una ciudad sin nombre.	No hay tiempo ni lugar. No hay ciudad ni país.

Indicadores	<i>Pobre rico pobre</i>	<i>Alma de Hierro</i>
	Ninguna problemática social se contextualiza.	Descontextualización y desterritorialización de las problemáticas sociales que se presentan en telenovela.
	No hay nociones comunitarias y se mal entiende lo social con lo barrial e, incluso, familiar.	Lo familiar es visto como lo público.

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo al cuadro anterior, ambas telenovelas comparten ejes fundamentales:

1. Narrativa basada en lo privado (tanto en lugares como en temáticas).
2. Estereotipación de los personajes y poca apertura, manifestaciones sociales diversas, aceptación e inclusión sólo por necesidad ficcional. Ambas telenovelas tienen entre sus personajes a discapacitados y homosexuales; no obstante, su inclusión con el tratamiento narrativo que la acompaña resulta discriminatorio, pues los muestra como personajes dependientes e incapaces de actuar por sí mismos (discapacidad) o los estereotipa de tal manera que su preferencia sexual (homosexualidad) es cuestionada al mostrarla contraria a los valores morales acostumbrados y aceptados por la generalidad.
3. No hay en las telenovelas mexicanas ni país ni ciudad ni comunidad; hay algunos momentos en que se intenta identificar algún espacio simbólicamente a través de escenarios reales, exteriores, pero no se precisa en qué lugar se lleva a cabo la telenovela.
4. Las problemáticas sociales «reales» que se incorporan en las telenovelas aparecen descontextualizadas y desterritorializadas; los problemas sociales se personifican. Se busca dar una solución privada a un problema que trasciende lo privado.
5. Las incursiones, dentro de la ficción, a problemáticas sociales reales están relacionadas a intereses políticos y mercantiles de las casas productoras y no forman parte de un discurso narrativo-mediático que coloque a la telenovela como un lugar desde dónde mirar la

realidad, a pesar de que se intente hacer lo contrario. Un ejemplo, es la forma en como se presentó, dentro de la telenovela *Alma de Hierro*, el derecho de abortar. Un personaje central de la trama consideró hacer uso de este derecho al tener un embarazo no deseado. Incluso de forma textual expuso: «Voy a ir a la clínica para hacerme el aborto sin riesgo», haciendo alusión a la posibilidad que brindan los hospitales en el Distrito Federal para la práctica segura y legítima del aborto; no obstante, al momento de que se presenta la joven en el hospital, ésta sale «despavorida» al considerar su acción un pecado: «Yo me voy... no pienso cometer un asesinato».

6. Un dato significativo es que en ambas telenovelas dentro de sus narrativas dedicaron 10 minutos a la semana, en ambas observaciones, a la promoción de programas públicos y no a la venta de productos comerciales, como ha venido ocurriendo, lo que hace pensar que la promoción a derechos y prácticas ciudadanas se toma más como un aspecto publicitario-mercantil que como una ventana para la promoción social de contenidos.

Tanto *Pobre rico pobre* como *Alma de Hierro* promocionaron la elección del Nuevo Sistema de Jubilaciones y Pensiones, programa controversial del gobierno federal que fue criticado por violentar los derechos laborales de los trabajadores del Estado.

La promoción hecha en la telenovela fue al plan gubernamental denominado: «Sistema Individual», mas no al «Colectivo» igualmente elegible; la problemática central fue que el mensaje se descontextualizó pues nunca se precisó que no era obligatorio cambiar de sistema, ya que los derechos pactados en el Contrato Colectivo de Trabajo prevalecían (Sistema Colectivo). Otra incongruencia fue que la promoción a este sistema de pensiones era hecha por personajes sin trabajos o con labores que nada tenían que ver con el trabajo dentro del Estado.

### *Comentario final*

El sustento de este texto reside en la propuesta de esta hipótesis: «Las telenovelas mexicanas ofertan-muestran ciudadanos descontextualizados y desvinculados de lo social, pues basan su narrativa en lo privado

y no se presenta al ciudadano en relación con lo público. Si se alude a las «problemáticas sociales reales» es sólo para hacer visible o legitimar –a través de la ficción– una posición frente a un problema de discusión pública, es decir, ficcionalizando lo «real» en pos de intereses políticos y mercantiles de las televisoras que las producen. Preferencias que parecen coincidir con intereses hegemónicos más amplios en el país.

El planteamiento de esta hipótesis tiene el objetivo de guiar un objeto de investigación múltiple y complejo, pero que nos parece necesario para el avance de los fenómenos ideológicos y culturales que, en general, se están llevando a cabo detonados y reforzados a la vez por la televisión, y en particular por algunos de sus géneros más populares, como es el de la ficción televisiva.

Nuestra propuesta, entonces, pretende inspirar un análisis de contenido de las narrativas de ficción en la televisión mexicana, para lo que habrá que construir indicadores más precisos. Pensamos que hay un largo camino por recorrer, pero estamos convencidos de que se debe hacer evidente lo que no lo es a primera vista, como estas propuestas de ciudadanía en las telenovelas. Así mismo, nos parece urgente, ante el éxito de la ficción en la televisión en México y en el ámbito iberoamericano, abrir dentro del campo de investigación de las telenovelas mexicanas una veta que aborde la relación explícita de éstas con la construcción de ciudadanía, pues si el modelo de su producción se está reconfigurando, es necesario también reconfigurar la forma en que las vemos y estudiamos.

Creemos que es tiempo de analizar las telenovelas buscando a los ciudadanos que nos ofrecen-muestran, por que no podemos esperar a que otra vez sea la ficción la que le diga a la gente por quién debe votar, por ejemplo. Por otra parte, es necesario ir develando los mecanismos y maneras concretas en que la ficción en su formato de telenovela va naturalizando y legitimando posiciones ideológicas particulares y, como dijera el Chavo del 8: «sin querer queriendo» va transmitiendo y sembrando posturas frente a lo político, fomentando modelos de lo que es ser ciudadano y expectativas de lo que se espera de una ciudadanía mexicana. Es cuestionable el hecho de que desde un capítulo de telenovela se aborde a su audiencia para interpelarla sorpresivamente o bombardearla con promociones abiertamente políticas o partidistas,

como ha empezado también a ser el caso. Pero es aun más preocupante que se diluyan propuestas ideológicas especialmente referidas a la ciudadanía en la misma trama de los capítulos y que desde ahí se legitimen o se condenen.

### *Bibliografía*

- Buonanno, Milly (2002) «Conceptos clave para el *story telling* televisivo: calidad, mediación y ciudadanía». En *Diálogos de la Comunicación*, 64. Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS). Pp. 77-85.
- Camacho Azurduy, Carlos (2003) «América Latina en el reto de construir puentes con y entre ciudadanías». En *Diálogos de la Comunicación*, 68. Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS). Pp. 53-66.
- Cortina, Adela (1997) *Ciudadanos del mundo. Hacia una teoría de la ciudadanía*. Madrid: Alianza Editorial.
- Dorcé Ramos, André (2007) *The politics of melodrama: the historical development of the Mexican Telenovela and the representation of politics in the telenovela Nada Personal, in the context of transition to democracy in Mexico*. Tesis de doctorado. Londres: Department of Media Communications, Goldsmith College/ University of London.
- García Canclini, Néstor (1995) *Consumidores y ciudadanos*. México: Grijalbo.
- Heater, Derek (2007) *Ciudadanía. Una breve historia*. Ciencia Política. España: Alianza Editorial.
- Kymlincka, Will y Norman, Wayne (1997) «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.
- Larraín, Soledad y Andrea Valenzuela (2004) *Presencia de temas ciudadano en la programación de 4 canales de la TV abierta*. Santiago de Chile: Observatorio de Medios FUCATEL.
- Lechner, Norbert (2000) «Nuevas ciudadanías». En *Revista de Ciencias Sociales*, 5. Colombia: Universidad de Los Andes. Pp. 25-31.
- Macassi, Sandro L. (1999) «Nuevos escenarios para las agendas públicas entre el espectáculo y la ciudadanía». En *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 9. Año/Volumen 5. México: Universidad de Colima. Pp. 113-139.
- Marshall, Thomas H. y Bottomore, Tom (1998) *Ciudadanía y clase social*. Madrid: Alianza Editorial.



- Martín-Barbero, Jesús (1987) «La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana». En *Diálogos de la Comunicación*, 17. Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS).
- Jesús y Sonia Muñoz (coords.) (1992) *Televisión y melodrama. Géneros y lecturas de la telenovela en Colombia*. Bogotá: Tercer Mundo Ediciones.
- Jesús y Germán Rey (1999) *Los ejercicios del ver*. España: Gedisa.
- Mata, María Cristina (2002) «Comunicación, ciudadanía y poder». En *Diálogos de la Comunicación*, 64. Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS). Pp. 66-76.
- Mazziotti, Nora (2006) «Telenovela: industria y prácticas sociales». En *Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación*. Colombia: Editorial Norma.
- McCombs, Maxwell y Donald Shaw (1972) *The agenda-setting function of mass-media*. Public Opinion Quarterly.
- Morgan, Michael y James Shanahan (1995) *Democracy Tango: television, adolescents, and authoritarian tensions in Argentina*. EUA: The Hampton Press Communication Series.
- Orozco, Guillermo (2006) «La telenovela en México: ¿de una expresión cultural a un simple producto para la mercadotecnia?». En *Comunicación y Sociedad*, 6. Nueva Época. México: UdeG-DECS.
- (2008) «Una ciudadanía comunicativa como horizonte de una pedagogía de las pantallas». Ponencia presentada en las Jornadas del Observatorio Europeo de la Televisión Infantil (OETI). Barcelona, España.
- y María Immacolata, Vassallo (coords.) (2009) *Anuario 2009. La ficción televisiva en Iberoamérica, narrativas, formatos y publicidad*. México: UdeG-DECS/OETI.
- Padilla de La Torre, María Rebeca (2009) *Prácticas mediáticas y construcción de ciudadanía cultural en la ciudad de Aguascalientes*. Tesis doctoral en Estudios Científicos-Sociales, Área Comunicación, Cultural y Sociedad. México: ITESO.
- Pérez Luño, Antonio Enrique (2004) *¿Ciberciudadaní@ o ciudadaní@.com?* Barcelona: Gedisa.
- Pocock, John Greville (1995) «The ideal of citizenship since classical times». En Ronald Beiner (comp.) *Theorizing Citizenship*. Nueva York: State University of New York Press.
- Ramírez Sáiz, Juan Manuel (coord.) (2007) *Descentramiento de la ciudadanía nacional*. México: ITESO.

- Reguillo, Rossana (1999) *Horizontes fragmentados. Comunicación, cultura, pospolítica. El (des)orden global y sus figuras*. México: ITESO.
- Rosaldo, Renato (2001) «La pertenencia no es un lujo: Procesos de ciudadanía cultural dentro de una sociedad sociocultural». En *Desacatos Revista de Antropología Social*, 3. *Modernidad y ciudadanía a fin de siglo*. México: CIESAS.
- Santander, Pedro (2004) «El acceso de los ciudadanos a las noticias de la televisión: la construcción de un tercero discursivo». En *Literatura y Lingüística*, 15. Santiago de Chile: Universidad Católica Cardenal Raúl Silva Henríquez.
- Tufte, Thomas (2007) «Soap operas y construcción de sentido: mediaciones y etnografía de la audiencia». En *Comunicación y Sociedad*, 8. Nueva Época. México: UdeG-DECS. Pp. 89-112.
- Vassallo De Lopes, María Immacolata (2004) «Narrativas televisivas y comunidades nacionales: el caso de la telenovela brasileña». En *Comunicación y Sociedad*. Nueva Época. México: UdeG-DECS. Pp. 71-97.
- y Lorenzo Vilches (coords.) (2007) «Culturas y mercados de la ficción televisiva en Iberoamérica». En *Anuario Obitel 2007*. Estudios de Televisión, 26. Barcelona: Gedisa.
- Vernik, Esteban (1996) «Comunidades cercadas: la exclusión urbana en la televisión y en la vida». En *Perfiles Latinoamericanos*, 9. Año 5. México: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Pp. 85-100.
- Winocur, Rosalía (2002) *Ciudadanos mediáticos. La construcción de lo público en la radio*. Barcelona: Gedisa.