

# **“Hay que hacer algo, pero no somos los indicados”**

## **Ambitos de mediación y supertemas en la televidencia de las noticias\***

Guillermo Orozco Gómez\*\*

This article suggests that empirical research on TV news reception can provide insight into the nature of a political culture that orients audience's actions and positions. Data from an empirical research developed within families and individuals, conceived as spaces of exchange and negotiation of meanings, provide the basis to build a conceptual frame for the study of the rationality behind the processes of televiewing.

\* Con el título de *News of the World*, durante mayo de 1993 se realizó en México y en otros siete países la investigación de campo de un proyecto internacional comparativo cuyo objetivo fue explorar la recepción y uso de las noticias televisivas por diferentes familias en sus respectivos contextos nacionales. Los países participantes en el proyecto fueron: Dinamarca, Israel, Estados Unidos, Bielorrusia, Italia, India, Alemania y México. Este estudio contó con el apoyo financiero inicial de la IAMCR y de la UNESCO, y el coordinador general fue el profesor Klaus B. Jensen de la Universidad de Copenague. La investigación en México estuvo coordinada por Guillermo Orozco, profesor de la Universidad Iberoamericana, y contó con apoyo financiero del Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales, de la Dirección de Investigación y Posgrado.

Mi agradecimiento especial a Sergio Inestrosa, Salvador Martínez, Luis Menéndez y Martha Renero por su colaboración en distintas etapas de la investigación.

\*\* Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Universidad de Guadalajara.

## *Introducción*

¿Cómo se conectan las audiencias con las noticias televisivas, en particular con las noticias internacionales? y ¿cómo se sirven de ellas para informar su cultura política, sus opiniones y posiciones sobre lo que acontece en el mundo, y eventualmente para estimular algún tipo de acción o participación sobre los asuntos objeto de las noticias?, fueron las preguntas que inspiraron la investigación, cuyos resultados se discuten en estas páginas.

Al reportar aquí los hallazgos de esta investigación, la atención es la de profundizar en la televidencia de un género programático, el noticioso, que permita derivar una comprensión más integral de esta particular televidencia, tanto para la formulación más afinada de objetos de estudio, como para estimular nuevas áreas de trabajo pedagógico crítico con las audiencias.

La televidencia de las noticias constituye actualmente un subcampo de estudios crecientemente importante, tanto por la popularidad que ha alcanzado la TV, como medio informativo para la audiencia, como por la “mediación” que las empresas televisivas ejercen en la difusión de la información y en la construcción de las noticias, que en mucho es una construcción de la realidad (Jensen 1986; Martín Barbero 1986; Martín Serrano 1985).

Pero sobre todo, la relevancia de explorar las noticias y su televidencia radica en el hecho de que los procesos de televidencia en sí mismos constituyen una “arena de conflicto”, en donde tienen lugar distintas mediaciones, negociaciones y apropiaciones de los mensajes por parte de los miembros de la audiencia, y donde se manifiestan diversos intereses económicos y políticos de distintas instituciones en su lucha por obtener la hegemonía en la generación de opinión pública (Fiske 1987).

El conflicto de Chiapas, que emergió como tema noticioso en la TV mexicana e internacional el primero de enero de 1994 —sólo unos meses después de que el trabajo de campo para esta investigación fue realizado—, ha aumentado el interés de la audiencia sobre la TV y especialmente sobre el panel polémico

que los noticieros televisivos han jugado en su cobertura y pueden jugar a partir de otros hechos en donde el orden social prevaleciente pueda también verse amenazado (Orozco 1995b).

Debido a la "dialéctica" de la televisión, a través de la cual la misma audiencia construye sus "estrategias televisivas", negocia, resiste y se apropia de los contenidos propuestos, dentro de situaciones y contextos socioculturales específicos y con relación a la información televisiva de referencia (Orozco 1995a), es que adquiere mayor significación explorar estas múltiples apropiaciones, con la intención de arribar a una mejor comprensión del papel que las noticias televisivas juegan en la conformación de la cultura política de distintos segmentos de la audiencia, y especialmente en cuanto a los desafíos que plantean para la participación ciudadana.

Investigaciones anteriores sobre audiencias de la *TV* en varios países (Lull 1991; Ang 1985; Morley 1986; Jensen 1987), así como en México (Orozco 1994a; Renero 1991; Comejo 1994) han mostrado ampliamente el papel fundamental que ejerce la familia en tanto institución mediadora y "comunidad de interpretación" entre sus miembros y el mensaje televisivo.

Considerando lo anterior, para esta investigación se tomaron en cuenta tanto las televidencias individuales como las familiares, destacando sus aspectos comunes, aunque privilegiando aquellas opiniones individuales que contaron con el consenso familiar. Los "supertemas" que afloraron durante el proceso de la investigación se usaron como ejes analíticos para guiar la interpretación y a la vez el ordenamiento de las opiniones vertidas por los sujetos participantes.

Entendidos como núcleos generadores de interacciones con las noticias y como catalizadores de los intereses dominantes de los miembros de la audiencia, algunos supertemas fueron explorados, específicamente, y mostraron ser categorías con un potencial explicativo importante en la manera en que la audiencia se interesa, prefiere, discrimina, se conecta y se apropia de noticias particulares transmitidas por la *TV*, y en la manera en

que evalúa su posible responsabilidad frente a los hechos reportados.

En esta investigación la unidad de análisis principal fue la familia, aunque previamente a la entrevista familiar sobre la televidencia de las noticias se hicieron entrevistas extensas, individuales a cada uno de los miembros de las doce familias seleccionadas. El criterio de selección de las familias correspondió a lo que podría denominarse “suficiencia comparativa”, por lo que se incluyeron familias distintas entre sí, que conformaron un espectro diferencial mínimo, a partir del cual se pudieron establecer comparaciones a la vez que subrayar aspectos en común (Orozco 1988). Dado el carácter cualitativo de la metodología empleada, no se buscó tener una representatividad estadística. Lo que sí se buscó fue obtener un conocimiento que permita recrear la televidencia noticiosa y contribuya así a profundizar en su entendimiento.

Lo que se presenta a continuación es un resultado del análisis de la información vertida en entrevistas individuales y familiares realizadas antes y durante la televidencia de una emisión de los programas noticiosos de referencia. Para contextualizar el análisis, primero se presenta una interpretación del contexto televisivo mexicano y se discuten algunas características generales de la audiencia de la TV en México.

### *México: Una “paz violenta” y una resistencia permanente antes de enero de 1994*

Al igual que otras sociedades latinoamericanas, la mexicana se encuentra en un proceso de creciente estratificación. De más de 80 millones de mexicanos en 1996, alrededor de 40% están clasificados como pobres, y 60% del producto interno bruto se encuentra en manos de sólo 10% de la población. Con la crisis económica manifiesta a fines de 1994, por la cual el peso se devaluó abruptamente más de 30% —y ha continuado a la baja, alcanzando a principios de 1996 poco más de 100% de pérdida de poder adquisitivo—, más de dos millones de empleados han

quedado sin trabajo. Estos sumados a los desempleados anteriores arroja alrededor de ocho millones de desempleados, que significa 10% de la población total.

Junto a la crisis económica, la sociedad mexicana ha venido experimentando también una crisis política, manifiesta en el deterioro creciente de las instituciones políticas tradicionales y del propio aparato gubernamental, pero particularmente manifiesta en el deterioro, corrupción e impunidad del partido en el poder, PRI (Partido Revolucionario Institucional), que ha estado gobernando por más de 65 años. Paralelamente a la corrupción y al narcotráfico que se han expandido en el país aceleradamente, la violencia política y la inseguridad pública también han ido en aumento. A los asesinatos de figuras políticas se han sumado secuestros, matanzas y exterminios de campesinos, indígenas y ciudadanos miembros de partidos de la oposición y de agencias independientes.

En un escenario marcado por el creciente deterioro económico y político, la cultura tradicional mexicana también se ha visto bombardeada, especialmente, con el afianzamiento del sistema neoliberal difícilmente compatible con valores tradicionales que caracterizaban a la sociedad en México, como la hospitalidad y la solidaridad.

Tradicionalmente, la sociedad mexicana se ha caracterizado por su poca participación en los asuntos públicos. Esto, más que una condición esencial, parece ser una característica adquirida con el tiempo, quizá debido a la hegemonía de un partido por más de seis décadas, que muchos han considerado como una "dictadura perfecta". En una situación así, donde el autoritarismo del gobierno ha predominado, las diversas agencias gubernamentales han redimensionado y controlado la participación ciudadana dentro de causas "formales", como la Confederación de Trabajadores Mexicanos (CTM) o la Confederación Nacional Campesina (CNC).

Durante la pasada administración del presidente Salinas, el gobierno propagó la idea de un México en ascenso y logró concertar el Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos y Canadá. El manejo de datos macroeconómicos, la

venta de las empresas gubernamentales a particulares, que generó amplios recursos económicos al gobierno en turno, y la propaganda política intensa desplegada por el régimen sirvieron para soslayar las marcadas diferencias sociales existentes en el país, los conflictos regionales, la inconformidad social creciente y el deterioro económico del presupuesto cotidiano de las familias mexicanas.

La propaganda sobre la prosperidad mexicana y su generoso futuro circularon durante la realización de la investigación, y es importante considerar esta situación para entender mejor las opiniones manifiestas por los entrevistados, que se presentan más adelante. No obstante, es necesario destacar que a partir de la emergencia del Ejército Zapatista y el involucramiento de la sociedad en el seguimiento de los acontecimientos, la relación de la audiencia con la TV se ha hecho sino más crítica, si por lo menos más incrédula, como se ha evidenciado en varios momentos en que sectores de la audiencia han salido a la calle y reclamado a las empresas de la TV comercial su derecho a estar bien informados.

### *La TV mexicana: ¿Una dictadura de más de cuatro décadas?*

Profundizar en la comprensión de la TV y la televidencia en México requiere, por lo menos mínimamente, ubicar su vinculación dentro de lo que ha sido el sistema de TV en el país. A diferencia de lo que ha sucedido en otros países latinoamericanos como Chile, donde han coexistido varios modelos de TV simultáneamente, en México lo que ha experimentado la audiencia ha sido una "dictadura" del consorcio Televisa, un oligopolio televisivo que —hasta 1994— ha controlado la mayor parte de la programación y que ha crecido al amparo del propio gobierno (Bohmann 1989).

Desde que se iniciaron las primeras transmisiones por TV en el país en 1950, hasta la fecha, el modelo de programación de Televisa ha sido el predominante al que la audiencia televi-

siva mexicana ha tenido acceso. Esto hace posible que hoy en día pueda afirmarse que la teleaudiencia mexicana se ha ido haciendo audiencia "a la manera" de Televisa.

En todos estos años de existencia de la TV comercial en México ha habido intentos de gobiernos en turno por competir con Televisa. Durante las décadas de los setenta y ochenta el gobierno logró desarrollar un sistema paralelo de televisión: Imevisión, con el propósito de asegurar una más fiel construcción de su imagen pública y especialmente del enfoque adecuado para la transmisión de las noticias (Fernández 1986). Sin embargo, el modelo televisivo siguió las mismas pautas y estilo de la programación del consorcio Televisa: espectáculo. Salvo escasas excepciones, la teleaudiencia mexicana no tuvo oportunidad de apreciar otro tipo de TV que la inaugurada y desarrollada por la creciente TV comercial y sus redes (Martínez 1989). No obstante la existencia desde hace varios años del Canal 11 y más recientemente del Canal 22 de UHF que se autodenominan culturales, pero que han tenido hasta ahora una presencia marginal y una televidencia escasa entre la teleaudiencia nacional.

En gran medida, el modelo adoptado y desarrollado por Televisa es similar al de Estados Unidos, pero con la enorme diferencia de que el único "competidor" —y hay que relativizar mucho este término— ha sido el mismo gobierno. No hubo, como en el caso de Estados Unidos, otras cadenas de TV comerciales que al competir con Televisa pudieran estimular una mayor calidad en la programación y ofrecer opciones distintas a la audiencia.

La historia de la oferta de TV en México puede caracterizarse como la de en una "competencia simulada" de alternativas y perspectivas de programación, donde el elemento crucial no ha sido la diferenciación innovativa de ésta, sino asegurar al gobierno la representación buscada frente a la audiencia y a los dueños de Televisa las máximas ganancias (Molina 1989). Ha habido periodos donde se aprecia mayor tensión entre los criterios programáticos entre Televisa y el sistema gubernamental Imevisión, pero otros donde no ha existido diferencia alguna.

Hasta se comenta humorísticamente, que el conductor de los noticieros de Televisa, que es a la vez el director de noticieros de esa empresa, es el verdadero “ministro de comunicación” en México.

A partir de 1993, dentro de las tendencias de privatización de las industrias culturales, el gobierno mexicano puso a la venta sus canales de TV. Pero, otra vez, a diferencia de lo que ha sucedido en otros países latinoamericanos con la tendencia de desregulación estatal, en México el gobierno no ha perdido su control del sistema de TV nacional. Esto se ha logrado gracias a acuerdos de cúpula entre los gobernantes en turno y los dueños de la vieja (Televisa) y, recientemente, la nueva empresa TV Azteca. A su vez, estos acuerdos han sido posibles debido a la acumulación de poder del partido dominante (PRI) a lo largo de sus casi siete décadas ininterrumpidas, y a las crecientes concesiones al grupo Televisa y —recientemente— al emergente grupo TV Azteca, que compró las estaciones vendidas por el gobierno a principios de 1994 (Orozco 1994b).

El control actual de la TV comercial, por parte del gobierno, se hizo evidente cuando en las pasadas elecciones presidenciales de agosto de 1994, se interrumpió la señal de la CNN y de la CBS, seguramente para evitar que los abonados a la TV de paga pudieran disfrutar de puntos de vista diferentes a los acordados durante el conteo preliminar el mismo día de las votaciones.

Este hecho, violatorio de los derechos de la audiencia en general y en particular de los usuarios de la TV pagada, al mismo tiempo que muestra el control gubernamental sobre la TV privada, evidencia también el abuso de poder, propio de dictaduras, y la falta de respeto a la audiencia, algo cotidiano de la TV mexicana.

El desarrollo de otros sistemas de TV no ha representado mayor obstáculo al modelo implantado por Televisa. El sistema de TV por cable pertenece a este consorcio y sólo el de TV codificada Multivisión es propiedad de otro grupo, CNN pertenece a este último grupo. Sin embargo, la recepción de estos canales pagados por la audiencia, involucra sólo a un sector

pequeño de ella, que es el que tiene el poder adquisitivo para hacer uso de esta programación y que reside en las grandes ciudades del país. De la misma manera, la existencia de canales culturales, 11 y 22, si bien constituyen intentos por ofrecer una TV alternativa, sus transmisiones tienen una cobertura restringida y su programación ni siquiera figura en los *ratings* de preferencia, por lo que se puede interpretar que no son vistos por la audiencia.

### *Muchas noticias, poca información en la TV mexicana*

En el periodo de realización de la presente investigación, la oferta de noticias en los canales nacionales de la TV mexicana ascendía a un total de 182 horas a la semana. El total de horas transmitidas por los dos noticieros más importantes y que fueron los noticieros vistos por las familias entrevistadas: *24 Horas* (de Televisa) y *Desde México* (de Imevisión) fue de 22 horas semanales.

Indudablemente, 182 horas de noticias por TV constituyen una cantidad exageradamente grande de noticias a las que tiene acceso la audiencia de México. Al mismo tiempo, permite pensar que necesariamente debe haber mucha repetición en la información televisiva. Apreciación que se comprueba cuando se analizan los contenidos de los noticieros. Los de la noche son quizá los que dan las noticias más “frescas” y durante la madrugada y por la mañana hay una combinación de noticias “nuevas” y otras que pasaron anteriormente.

Varios de los programas noticiosos tienen más de una emisión al día. Por ejemplo, uno de los noticieros considerados en esta investigación, *24 Horas* se transmite en la tarde y en la noche. Pero otros noticieros de la misma cadena Televisa tienen hasta cinco emisiones dentro de las 24 horas ininterrumpidas de programación de esta empresa.

Por otra parte, se aprecia que en varios de los noticieros de los diferentes canales de TV existe una cantidad de temas

considerados como noticias, que más bien se asemejan al género de reportaje y que en sentido estricto no son noticias sino temas que las cadenas televisivas escogen para llenar todas esas horas de transmisión supuestamente noticiosa.

Con base en un estudio reciente (Sánchez 1994) puede apreciarse que la audiencia en México prefiere informarse en la TV. 56% dicen preferir a la TV como medio para estar informados, en comparación con 25% que prefiere la radio y 16% que dicen preferir los periódicos como fuente informativa. Otras cifras hablan hasta de 85% que prefiere a la TV como medio informativo.

Sin embargo, las cifras anteriores tienen que relativizarse, ya que aunque representan altos porcentajes eso no significa que la TV sea considerada el mejor medio informativo. Más bien, la TV es considerada como el medio más fácil para tener acceso rápido y barato a la información, como veremos en estas páginas.

Los dos noticieros analizados para esta investigación tienen una larga existencia en sus respectivos canales. Se realizan desde la ciudad de México y dan prioridad a las noticias nacionales sobre las locales, y a las nacionales, también, sobre las internacionales. El nombre de uno de estos noticieros *Desde México* es un indicador de lo que es el centralismo informativo en México, que es compatible con el sistema centralista político, económico y cultural que prevalece en el país.

Las noticias internacionales transmitidas por el noticiero *24 Horas* del 11 de mayo de 1993, que sirvieron como principal referente para esta investigación, fueron las siguientes:

- La guerra en Bosnia.
- Narcotráfico y uso de drogas en Rusia.
- Renuncia del ministro del interior en Israel.
- Los palestinos de Líbano rechazan el plan de repatriación.
- Matanza de ballenas por japoneses.

- En Washington se discuten las ventajas del TLC con México.
- Próximas elecciones en España.
- En Caracas aún no se decide la culpabilidad de Carlos Andrés Pérez.

De estas noticias las que recibieron mayor atención en tiempo y en énfasis durante el noticiero fueron la guerra en Bosnia, la matanza de ballenas y el TLC.

Es necesario señalar que los programas de comentarios noticiosos casi no existen en la TV mexicana. Hay sólo dos en horas muy avanzadas de la noche.

### *Las noticias televisivas, según las familias entrevistadas*

Considerando, por una parte, que las noticias por TV pueden llegar a ser un insumo para propiciar algún tipo de participación ciudadana y, por otra, que la familia ejerce una mediación en la recepción que sus miembros hacen de dichas noticias, se propone, con base en esta investigación, que por lo menos hay cinco grandes “ámbitos” de posible mediación familiar en el procesamiento que sus miembros individuales hacen de la noticia en función de alguna eventual acción cívica:

- Las nociones o pre-nociones de lo que es una noticia y para qué sirve.
- La motivación para exponerse a la noticia.
- El saber o conocimiento que se presume puede surgir de la noticia.
- El poder personal o colectivo que se imagina necesario para la acción.
- El carácter de la acción que se puede emprender para modificar la realidad conocida a través de la noticia.

En las familias entrevistadas estos elementos se manifiestan de la siguiente manera.<sup>1</sup>

*“Noticias vemos, nociones no sabemos”*

Para guardar el anonimato de los informantes se identifican por medio del siguiente código: la letra mayúscula indica el sexo y la edad (F=mujer adulta, M=hombre adulto, B=hombre adolescente y G=mujer adolescente), la letra minúscula distingue al entrevistado cuando hay más de uno del mismo género y edad, y el número señala la familia.

En primer lugar, hay que hacer notar que las noticias son un género televisivo que, en sentido estricto, se ve poco en familia. Así, un entrevistado señala que: “Es muy raro que veamos los noticieros juntos, cada quien los ve, pero así que los veamos juntos es muy raro” (B-13).

Por otra parte, sin cortapisas los entrevistados manifiestan que otros géneros televisivos como los deportes o las telenovelas sí logran reunirlos con mayor facilidad que los noticieros: “Los juegos de fútbol o la novela sí nos hacen coincidir para verlos” (F-5).

Sin embargo, son muchos quienes insisten en que la noticia sirve fundamentalmente para comentarla, aunque se matiza que fuera del hogar, con otros grupos.

“Veo noticias porque cuando te encuentras en una reunión y empiezan a tocar un tema, pues tú también tienes que saber de qué se está hablando, ¿no?” (M-3).

Y sólo eventualmente se le reconoce a la noticia “capacidad” para mover a la acción. Así, con respecto a la noticia de la matanza de las ballenas, alguien comenta: “Yo creo que por

1. Del total de quince familias entrevistadas, cinco residen fuera de la ciudad de México. El total de entrevistas individuales realizadas con miembros de estas familias fue 47. El total de páginas transcritas de las entrevistas grabadas asciende a 637. Las entrevistas individuales se realizaron entre el 6 y el 14 de mayo de 1993. Las entrevistas con las familias se realizaron durante los días 11, 12 y 13 de mayo de 1993.

eso la sacaron, para que uno proteste que ya no sigan esas matanzas...” (F-9).

En todo caso el auxilio de la noticia para la acción es reducido y remoto y depende mucho del objeto reportado. Tal es el caso de un miembro de la audiencia que con respecto a la noticia de que existe una alarma sísmica en la ciudad de México, comenta que ésta “sirve cuando menos para atemperar, para aminorar una tragedia de magnitudes incalculables, por eso creo que es buena” (M-8).

Por lo que toca a la función de la noticia, varios entrevistados la conciben fundamentalmente como entretenimiento o como distracción. El consenso parece estar en cuánto que la noticia es espectáculo.

“Pues sí (las noticias), te entretienen, al menos te hacen olvidar un poco tu rutina o los problemas tuyos para enfrentarte ahora sí que a problemas un poco más ideales, de nivel nacional e internacional” (M-1).

Otras familias entrevistadas, por el contrario, piensan que las noticias son un medio para ubicarse, para no ser sorprendidas por los acontecimientos.

“Yo creo que es bueno estar muy atento, porque nos puede pasar como a los de Alemania, que los fueron envolviendo (durante la guerra) de tal manera que ellos nunca sabían lo que pasaba” (F-6).

Otros entrevistados más, afirman que la información “más que nada es cultura general” (B-2).

Elemento común subyacente en estas apreciaciones, es que la noticia en todo caso sirve como un referente, ya sea para informarse, tener tema de conversación o enriquecer la cultura personal. La noticia entonces cumple, en todo caso, una función inmanente al sujeto, pero no trasciende a una toma de posición, ni mucho menos a la realización de alguna acción.

Respecto a cuál es la característica definitoria de una noticia, la gama de percepciones es muy amplia. Para unos es

lo *nuevo*. Como en el caso del jefe de familia que con respecto a la información sobre la descentralización de Pemex, comenta: “No creo que sea noticia, porque es lo que venimos oyendo desde hace tiempo” (M-5).

Para otros es lo *importante*, entendido así en una especie de tautología, donde se afirma que la noticia “simplemente es un hecho que está pasando, o sea, si está pasando debe ser importante” (F-2).

Para unos más de los entrevistados, en los noticieros “sucede algo de *historia*” (M-10). Y para otros, la noticia es siempre noticia de un acontecimiento mayor, *grande*. Por ejemplo, una ama de casa señala que: “Todos sabemos que Pemex es una de la industrias más grandes y básicas de México, entonces todo lo que atañe a Pemex tiene de una manera u otra que llamar la atención” (F-5).

Atención especial de los entrevistados merece también “lo que no es noticia”, lo banal, pero que se presenta como si fuera algo digno de ser informado. En este sentido, un hombre sencillo comenta que: “A uno, qué le interesa si corre o no en la mañana el presidente, o si corre en la noche...” (M-15).

En otro orden de las cosas, tanto los comentarios vertidos en las entrevistas, como las observaciones de los entrevistadores durante la televidencia noticiosa, apuntan a que la atención de la audiencia a las noticias es bastante irregular. Un jefe de familia declara que: “El noticiero no capta al 100% nuestra atención, en algunas noticias muy determinadas que sí nos interesan, ahí sí nos capta” (M-5).

Se aprecia también que muchos miembros de la familia atienden sólo auditivamente las noticias. Esto es, “escuchan”, pero no ven las noticias televisivas. “Por ejemplo en la mañana... el noticiero, el 50% lo escucho y el 50% lo veo ¿no?, así no pierde uno la situación y como las noticias vienen cayendo en un formulismo... así no pierde uno el tiempo mirando el televisor” (M-15).

*Entre el placer y el deber de estar informado*

Las familias entrevistadas se mueven claramente entre dos polos motivacionales frente a las noticias: verlas por gusto o verlas por deber. Tres ejemplos de estas actitudes son los siguientes comentarios: “Le digo, hija no te enojés; no sé si es el medio ambiente o la situación, pero no les interesa más que las cosas que tienen aquí en la nariz. Si no la lectura, siquiera que oigan para ver lo que pasa a su alrededor” (F-8).

“Yo sinceramente las noticias que me gustan son las de deportes, ahí es cuando digo: ahora sí voy a escuchar algo agradable” (F-11).

“Vi eso de las ballenas y las guerras y no es que sea amarillista, pero a mí me impresiona mucho eso y se me queda grabado y entonces, como te digo, nada puedo hacer, pues prefiero no verlas” (F-1).

Esa “tensión” se define más claramente aun entre los miembros jóvenes de la familia y los adultos. Los primeros, o no ven las noticias o ven las que les gustan, mientras que los adultos se sienten, de alguna manera, obligados a verlas.

Un joven comenta “casi no veo noticias”, y refiriéndose a sus compañeros asegura que: “Son muy pocos, la verdad, los que ven las noticias, la mayoría oye discos y eso” (G-1).

A la inversa, un adulto, jefe de familia, aclara que ver las noticias “sí, es un interés profesional... a veces yo no alcanzo a leer los periódicos y por eso veo las noticias; es necesario para mí ver las noticias, verlas o leerlas” (M-10).

Otra tensión pasa por la diferencia de género: las mujeres adultas no sienten la necesidad de justiciar el “deber de estar informadas”. Una ama de casa relata que: “Sinceramente son muy pocas las noticias que se comentan entre las señoras, no les interesa oír las, a no ser que sean amarillistas” (F-2).

Por otra parte, hay quien declara que ve las noticias porque “es más fácil enterarse en un noticiero que tener que leer el periódico” (F-15).

Asimismo, hay quien ve el noticiero para saber qué le sucede a sus parientes. Una joven, cuyo hermano vive en Los Angeles, California (EUA), comentó: "Porque digo, que tal si viaja un familiar... les pongo entonces más atención (a las noticias), porque que tal si sigue feo o se va a calmar la cosa (refiriéndose al temblor de esa ciudad)" (F-9).

Hay también quien no ve las noticias porque son más las noticias malas que las buenas. Así, una joven, totalmente segura, señaló: "Bueno yo casi no veo la tele... del 100% de noticias que dan, 99% son malas y una buena, y no debería ser así, siquiera deberían de poner 50% y 50%" (G-4).

Y, rayando en lo estrictamente situacional de la televidencia noticiosa, hay quien elige ver un determinado noticiero porque el aparato televisor capta mejor el canal donde éste se transmite. Tal es el caso de la señora que comenta: "Vemos el canal dos y el cinco... preferimos el del trece, pero lo que pasa es que no sabemos si es problema de la orientación de la antena, però el trece no se capta" (F-10).

En síntesis, se puede encontrar una clara diferencia generacional, una moderada diferencia de género y prácticamente ninguna de *status* socioeconómico, por lo menos en lo que toca a la motivación para estar informado.

Otros factores tales como la mayor facilidad para entender lo visual, el tipo de información transmitida y la espera de que ciertas noticias aparezcan, influyen concomitantemente en la motivación para ver los noticieros.

La mediación familiar, en este aspecto, se centra en la diferencia generacional. Los mayores se sienten obligados a urgirles a los jóvenes que vean y comenten las noticias.

*"Lo veo, pero no lo creo" o no lo entiendo*

Dos son los principales obstáculos que vislumbran los miembros de la audiencia para acceder al saber que requeriría tomar

alguna acción. El primero es entender cabalmente lo que pasa y no sólo estar enterado de que ocurrió. Dos hermanos, refiriéndose a la guerra de los Balcanes, comentaron: "Porque en realidad no sé qué pelean, porque hasta ahorita no sé que pelean" (Gb-6). "Sí, porque a veces están dando las noticias y dicen intervino este país, pero no dicen por qué" (Gc-6).

El segundo obstáculo consiste en poder creer efectivamente en lo que se informa. En este sentido, las expresiones de incredulidad son muy numerosas. "En este país la noticia se da primero filtrada y después simulan que no se simula" (M-11). "Nada más nos informan lo que quiere el gobierno y lo que quieren los demás países" (M-13). "Toda la información a nivel nacional está comprada por el gobierno" (F-1). "Los medios de comunicación le hacen el juego a los políticos" (M-8).

Adicionalmente a la manipulación noticiosa percibida por la audiencia, hay una cierta percepción de que la experiencia propiciada por la noticia es "vicaria" y que, por lo tanto, hace falta algo más para saber realmente qué pasa. Un jefe de familia afirma contundente que: "Para que tú puedas formarte un juicio político necesitas vivir el momento, y estar a lo mejor cerca de donde está pasando el hecho... es lo que tú ves (en las noticias), contra lo que tú puedas vivir" (M-3).

En el mismo sentido, una chica comentó: "Sería bueno que no fuera repetitivo, que en cada noticia dijeran otra cosa, o por qué surgió el problema" (Gb-6).

Tomado en su conjunto este aspecto, hay una ligera propensión en las familias de *status* socioeconómico más bajo a acentuar la crítica a la falta de elementos que proporcionan los medios para entender las noticias. Acorde con esta crítica, aceptan también más fácilmente el apoyo de los otros miembros de la familia para entender lo que pasa. También se nota una ligera propensión en las familias de *status* más alto a remarcar la incredulidad, pero sin mencionar lo que tendría que hacer la familia para superarla.

*“Los otros tan grandes  
y nosotros tan pequeños”*

Frente a la noticia que interpela para la acción, hay una sensación generalizada en las familias entrevistadas de que no se puede hacer nada. Así, uno de los entrevistados, enfáticamente señala que: “Uno no puede resolver nada... siento que la información es nada más para estar enterado” (M-1).

Esta impotencia se debe, al parecer, a que hay otros más fuertes que uno. El mismo hombre que citamos anteriormente, dice que: “Los países poderosos son los que llevan la batuta en la mano; si los ves feo, voltean y te dicen, ¿qué?, pues te ven muy chico” (M-1). Y están entre los fuertes principalmente dos entidades. Una de ellas es Estados Unidos. “Los países que están bajos en economía y tecnología, pues no pueden hacer nada desgraciadamente y pues aquí nosotros lo estamos viviendo, pues si Clinton le grita fuerte a Salinas (presidente de México), pues Salinas se calma” (M-1).

La otra entidad percibida como fuerte, es, por supuesto, el gobierno mexicano. Una chica señala, absolutamente segura, que: “Todo es política” (G-2), y su madre: “Interiormente pienso que todo está controladísimo. No te dejan alternativa...” (F-2).

Frente a esta realidad sólo queda como ámbito de acción lo doméstico, lo cotidiano y dentro de él, fundamentalmente, lo económico. “En muy pocas ocasiones (hacemos algo a partir de una noticia), pero creo recordar una en que se estaba hablando de devaluación y sinceramente nosotros sí realizamos compras de las llamadas de pánico” (F-5).

El análisis de conjunto de las entrevistas no muestra en este punto ninguna diferencia en las familias, atribuibles a los macrocriterios, o a los microcriterios utilizados para su selección. El sentimiento de impotencia colectiva parece ser demasiado avasallador. Tal vez por esta razón tampoco se menciona intervención familiar alguna para contrarrestarlo.

*Se necesita actuar, pero  
"Yo no soy el indicado"*

Cuando, habiendo vencido los obstáculos anteriores, eventualmente se acepta la posibilidad de actuar, inmediatamente se elude la acción personal y directa. Una chica dice que "el mexicano busca muchos pretextos... va a decir, no es que estoy trabajando o algo así" (Gc-6). Y por eso se deposita en "los otros" la responsabilidad de dicha acción. "Tenemos ese problema en la ciudad de México (el del tránsito), mientras a esas personas (los conductores del transporte colectivo) no los pongan en paz, vamos a seguir teniendo problemas de tránsito" (F-11).

En este aspecto, como en el anterior, no se notan diferencias significativas en las familias analizadas.

Después de haber recorrido los elementos, mencionamos como posibles ámbitos de mediaciones familiares, es posible distinguir algunos de los "supertemas" que sobredeterminaron la televidencia noticiosa en el periodo analizado.

*"Allá la guerra, aquí la paz"*

En el plano internacional la noticia que indiscutiblemente centró la atención de la audiencia fue la guerra de los Balcanes. Frente a este hecho, la sensación generalizada es de un gran alivio, porque la guerra está en otra parte, lejos, y porque México es un país donde hay paz. Con un gran alivio, un hombre expresa: "¡Qué bueno que estoy en México, donde no hay guerra!" (M-1), y una ama de casa señala que: "Somos un país que afortunadamente nunca, o al menos las últimas generaciones, hemos vivido una guerra a ese nivel" (F-5).

Tal vez este hecho de no haber experimentado en México una guerra en carne propia desde hace más de 65 años, la vuelve demasiado lejana, incluso irreal. Hasta podría decirse, algo

que "sólo pasa en la TV". Por eso no extraña el siguiente comentario de una muchacha entrevistada: "Yo tengo la duda si es guerra o estaban ensayando, pero ensayo de qué, porque sí se ve que el muchacho las está lanzando (las granadas)" (Gb-6).

Se reconoce ciertamente la crueldad, la violencia, el desquiciamiento que produce una guerra, pero se prefiere no hablar de ella. Por eso coexisten comentarios como el de que "es muy impactante que se mate la gente" (M-5), con otros como el de que "si es una reunión familiar, pues prácticamente no quieres amargarte el rato hablando de guerras" (Gc-6).

Porque, a final de cuentas, los entrevistados perciben que la guerra no es asunto de ellos, sino de otros: "Aquí casi no nos damos cuenta de eso (de la guerra) porque estamos ocupados en nuestros asuntos" (M-5).

En otras palabras, según el sentimiento general, una guerra en otro país, y no obstante la intervención de agencias internacionales como la OTAN o la misma ONU, no involucra directamente a la audiencia mexicana.

### *"Lo nuestro" es la no-intervención*

Principio expreso de política internacional del Estado mexicano desde el siglo pasado, la no-intervención parece haber calado hondo en el ánimo de la audiencia participante en esta investigación. Pareciera que condenar la intervención es un lugar obligado prácticamente para todo mexicano. Un hombre señala, muy seguro, que: "Estados Unidos mete en todos los países las narices porque es el país más poderoso del mundo, porque tiene intereses de por medio que no puede perder" (M-1). Y una chica reitera diciendo que Estados Unidos "siempre ha estado de metiche con los demás" (G-9).

Sin embargo, a algunos de los entrevistados les queda la duda de si realmente ese principio es un valor o representa más bien un signo de conveniencia.

Lo que pasa es que México no interviene con esto de la política de no-intervención, pero no interviene cuando no le conviene, interviene cuando como país tercermundista alguien lo insultó o lo quiso hacer de menos, pero en una situación donde si podría opinar (la guerra de bosnia) no lo hace porque según eso tiene la política de no-intervención (G-2).

El principio de la no-intervención parece más bien operar como una pantalla que capitaliza los problemas internacionales traduciéndolos a situaciones de conveniencia política para el gobierno mexicano.

### *“Qué malos y qué crueles son los demás”*

El resto de las noticias internacionales que captaron la atención de los entrevistados están caracterizadas por tener un común denominador que podría definirse como la crueldad o la maldad injustificada. En tal sentido, las noticias relativas a la matanza de ballenas, la pena de muerte aplicada a un mexicano en los Estados Unidos y el secuestro de unos niños en Francia (estas dos últimas noticias transmitidas en la TV durante la semana de entrevistas) fueron motivo de comentarios reprobatorios por los entrevistados. La identificación con la víctima fue, por supuesto, la reacción central.

“Lo que me llamó la atención fue el secuestrador que se metió a un kinder, que cruel, ¿no?, con niños tan pequeños” (G-2).

Solamente una persona se preguntó si “no seremos tan crueles como ellos... Ya ve con lo de las tortugas, está prohibido también (matarlas en México), y sin embargo, usted va por ahí y...” (M-9).

Sin embargo, puede inferirse que al identificarse con las víctimas, hay un sentimiento profundo, que no alcanza a salir en este estudio, de que muchos mexicanos se sienten víctimas, por ejemplo, frente a los vecinos del norte, los ciudadanos de los Estados Unidos.

Una vista de conjunto respecto a la televidencia de las noticias internacionales, permite percibir diferencias familiares significativas en primer lugar con relación al *status*. Las familias de clase más alta parecen privilegiar la información internacional y la "seriedad" de las noticias referentes a dicho ámbito. Los de *status* más bajo, en cambio, les ponen menos atención y cuando las abordan privilegian el "lado humano" o el "amarillismo" de las mismas.

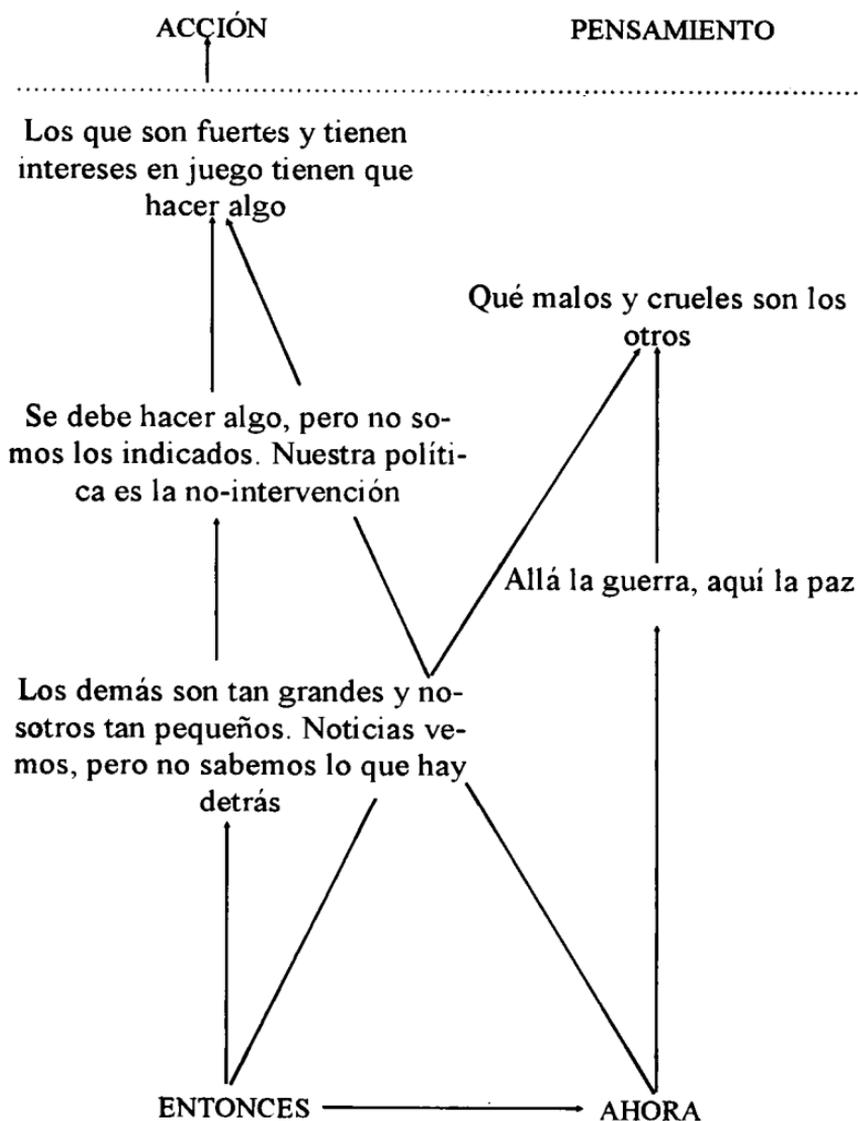
Esto podría tomarse como un indicio de que entre las clases medias bajas hay una apropiación más afectiva de las noticias, que entre los de las clases medias altas y altas, donde la apropiación parece tener más elementos racionales. Esto se explica, en parte, porque estas familias tienen un mayor nivel educativo, pero también porque su capital cultural es más extenso y les permite vincular una información con sus acervos de manera más lógica.

En lo que toca al género, resultó interesante el caso de una familia donde el padre es el depositario de estar informado internacionalmente y la madre nacionalmente.

No se notan diferencias significativas en los otros indicadores.

Con base en este análisis, es posible proponer que los entrevistados se ven a sí mismos como pequeños, mal informados, lejanos e impotentes para tomar acciones a partir de las noticias transmitidas en la TV. No obstante, que reconozcan que algo se tiene que hacer, no asumen ellos mismos responsabilidad para ello, y hasta podría decirse que tampoco tomarían una iniciativa. El eslogan de la "no-intervención" es tomado como un pretexto o excusa para justificar la pasividad frente a la información noticiosa. Cuando se comentó sobre la noticia particular de la guerra en Bosnia, la mayoría de los participantes en esta investigación consideró que era algo que pasaba en otra parte del mundo y que aquellos que tuvieran intereses ahí, eran los que, en todo caso, deberían hacer algo. En el razonamiento para no tomar acciones puede observarse también un sentimiento de víctimas frente a otros más fuertes, que son vistos como los malos.

La síntesis anterior, que constituye una especie de modelo cognoscitivo enfocado hacia la acción, puede graficarse de la siguiente manera:



### *De la esperanza a la utopía*

Los siguientes comentarios pueden tomarse como el planteamiento de una reacción general producto de la televidencia noticiosa, que busca subrayar elementos que la audiencia considera positivos. En cierto sentido, estos comentarios constituyen interpretaciones de estados ideales a partir de las noticias vistas. Algo así como lo que se quisiera que ocurriera, independientemente de lo reportado como ocurrido en la misma noticia de referencia.

- La gran esperanza nacional: el Tratado de Libre Comercio (TLC).

En el plano nacional, una de las noticias que primeramente captó la atención de los entrevistados fue el TLC, instrumento de política económica en el cual el gobierno en gran parte y sobre todo en la propaganda realizada alrededor de su firma, ha cifrado el futuro desarrollo del país. Decidido, un hombre comenta que: “Si hay un tratado justo, esa noticia como que nos llena de esperanza” (M-11).

- La otra esperanza nacional: el fin de la corrupción y el narcotráfico.

Otra esperanza manifiesta por los entrevistados fue el combate a la corrupción y al narcotráfico, males que se consideran muy firmemente enraizados en la realidad nacional. Desalentada, una mujer comenta: “Ver la corrupción tan grande que hay en los sindicatos... y el contubernio con las autoridades... todo eso la verdad me da horror” (F-1).

Y otra mujer esperanzada, señala que: “Agarraron unos camiones y dicen que ahora sí ya se va a terminar lo de la droga y todo eso” (F-9).

Asimismo, un hombre hace notar que es muy buena noticia “la de que Carpizo está como procurador de la República, porque es una persona honesta” (M-11).

- Y una esperanza más: que se acaben los males de la capital.

Asimismo, las noticias referentes a los “azotes” de los capitalinos, tales como el congestionamiento vial, los vendedores ambulantes y la contaminación ambiental fueron motivo de amplios comentarios.

“La descentralización de Pemex yo creo que sí es importante por la contaminación” (Gb-6).

“Me puse contenta porque no había mucha contaminación” (G-3).

“Ya les pusieron una plaza (a los vendedores ambulantes), afortunadamente, porque en una ciudad de este tamaño, independientemente del desempleo, son un problema” (L-11).

Cabe hacer notar, por otra parte, que es una percepción generalizada entre la audiencia del interior del país que, debido al centralismo imperante, el Distrito Federal tiene prioridad noticiosa en lo nacional. Una habitante del interior comentó indignada que: “Pareciera que nada más es el Distrito Federal el que existe e importa, salvo que haya una inundación o un crimen” (F-10), mientras que otro más mesurado comenta que: “Hay noticias que como en *24 horas* están centradas en lo que ocurre en el Distrito Federal” (M-3).

Es importante resaltar que los comentarios anteriores evidencian la necesidad de la audiencia de construirse su propia realidad, a partir de reconstruir la información. Sin embargo, para explorar con más detalle este fenómeno apenas insinuado aquí, se requeriría una mayor profundización con una perspectiva psicoanalítica que permitiera ver el mecanismo de distorsión que opera entre un hecho reportado, su televidencia y la reconversión de la noticia. Parece haber un intento de reconversión de la realidad meramente mental, no real, reconversión que no implica realización de acciones cívicas, colectivas, reconversión que se queda más bien en la elaboración de una fantasía.

Y, "como México no hay dos"

Tradicionalmente se ha mencionado que los mexicanos se mueven entre el chauvinismo y el "malinchismo" —expresión que se utiliza para designar el aprecio por lo extranjero y el rechazo a lo nacional—, pero cuando se trata de apreciar la realidad del país, los entrevistados sienten que "como México no hay dos". Aunque sea para criticar el patriotismo o la supuesta perfección del país, se coincide en la unicidad de esta parte del mundo.

"Los políticos mexicanos se aclaman mucho: somos el único país, la única ciudad... así como se expresan somos el país casi perfecto de la tierra... y parece que los medios de comunicación le hace el juego a los políticos" (M-3).

"Pues la verdad es que damos gracias a Dios de tener un país como el que tenemos, a pesar de los problemas que se tienen, que vivimos a diario pues la verdad es que estamos en la gloria, ahora sí que como se dice, como México no hay dos" (M-1).

En torno a la información nacional se puede notar claramente que las familias entrevistadas de *status* más bajo, en cambio, si bien también la critican, son más aceptantes y hasta hay quienes confiesan que las nacionales son las únicas noticias que les interesan.

Algunos mencionaron que para lo local usan otros medios y que no se podría esperar en un noticiero de cobertura nacional, noticias de cada localidad. Hay que advertir que uno de los noticieros, que no fue considerado en esta investigación, tiene una sección del interior del país donde buscan dar por lo menos alguna noticia de cada región, cubriendo así la demanda de las audiencias locales.

Un factor muy importante, también respecto a este punto, es esa especie de "debate" que hay en torno al "exceso" de información sobre la capital. A los capitalinos se les hace natural, dado que es en la capital donde viven, pero a los habitantes del interior les parece que la provincia debería tener una mayor presencia en el espacio televisivo dedicado a lo nacional.

*Para terminar, unas palabras sobre la metodología*

Las noticias internacionales, aunque algunas en sentido estricto sean sólo noticias nacionales de otros países, si bien no constituyeron para los entrevistados en esta investigación un detonante para la participación ciudadana o la toma de acciones con respecto a los hechos reportados, por lo menos mostraron ser un cierto estímulo para reflexionar sobre otros asuntos que también inquietan a la audiencia. No obstante, en tanto estímulo, lo que se aprecia es que las noticias internacionales sirven de referente que se dispersa en un pensamiento más bien justificatorio de la pasividad frente a los acontecimientos reportados. Pareciera que las noticias son sólo vistas como espectáculo, por lo que la interpelación sentida en la audiencia es, en todo caso, la de apreciar la función criticando o aceptando la noticia, pero sin sentirse convocados a la acción. Para corroborar esta última apreciación sería necesario continuar explorando televidencias noticiosas con otras audiencias, pero, sobre todo, con otro tipo de noticias, por ejemplo, con noticias nacionales y locales.

El análisis, incompleto como es, permite no obstante captar dos elementos metodológicos importantes. Uno es sobre "los ámbitos" de la mediación entendidos justamente como esos espacios o momentos del proceso de la televidencia en donde precisamente se hace evidente la mediación, en este caso familiar. Estos ámbitos simbólicos vienen a ser una especie de contraparte a las "fuentes" de mediación o esos otros espacios simbólicos de donde se originan diversos condicionamientos a la televidencia. Quizá cada género televisivo conlleva sus propios ámbitos posibles de mediación. La tarea pendiente de los investigadores es explorar esos ámbitos y ahí observar el juego de la mediación y sus posibles resultantes.

El otro aspecto es el de los supertemas. Como se ha discutido en estas páginas, los supertemas son más que eso, son apreciaciones propias de los participantes con respecto a su ser y sus condiciones situacionales siempre en referencia con el entorno y con los otros. En cierto sentido, podría decirse que

estos supertemas operacionalizan categorías de identidad propias de una audiencia televisiva. Al mismo tiempo, los supertemas permiten entrever una racionalidad detrás de la propia televidencia que a su vez permite comprender un poco más la interacción entre mundos individuales de los miembros de la audiencia, TV y noticias. El reto para la investigación sería si con otros referentes, por ejemplo, noticias nacionales o locales, los supertemas varían o se presentan aún más claramente.

Los ámbitos de mediación como objetos de observación y los supertemas como ejes analíticos y categorías que evidencian la racionalidad detrás de los procesos de televidencia tienen un potencial considerable para adentrarse en la comprensión de las interacciones de la audiencia con la TV y para diseñar estrategias pedagógicas encaminadas a problematizar con detalle la televidencia de las noticias con segmentos específicos de audiencia. Los resultados presentados en este trabajo son sólo una primera aproximación a ese conocimiento y, ojalá constituyan una provocación para continuar explorando televidencias específicas.

## BIBLIOGRAFÍA

- ANG, Y. (1985) *Watching Dallas*. Londres: Methuen.
- BOHMANN, K. (1989) *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. México: CNCA/Alianza Editorial Mexicana.
- CORNEJO, Y. (1994) "¿Cómo la vez? El Psicodrama aplicado al estudio de la recepción televisiva", *Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales*, núm. 6. México: PROICOM, U. Iberoamericana.
- FERNÁNDEZ, C. C., P. B. LUCIO y D. ELKES (1986) *La TV y el niño*. México: Nueva Biblioteca Pedagógica.
- FISKE, J. (1987) *Television Culture*. Londres/New York: Methuen.
- JENSEN, K. (1986) *Making Sense of the News*. Aarhus: Aarhus University Press.

- (1987) “Qualitative Audience research: toward an integrative approach to reception”, *Critical studies in mass communication* 4, núm. 1. Estados Unidos, marzo.
- (1988) “News as Social Resource”, *European Journal of Communication*, núm. 3.
- (1991) “News of the World: the Reception and Social Uses of TV News around the World. A proyect outline”. Paris: UNESCO.
- (1992) “La política del multisignificado: noticias en TV, conciencia cotidiana y acción política”, *Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales*, núm. 4. México: PROIICOM, U. Iberoamericana.
- LULL, J. (De) (1988) *World Families Watch Television*. N. Burry Park: SAGE Publications.
- (1991) “La estructuración de las audiencias masivas”, *Revista Diálogos de la comunicación*, núm. 32. Lima, Perú: FELAFACS.
- MARTÍN BARBERO, J. (1986) *De los medios a las mediaciones*. México: G. G.
- MARTÍN SERRANO, M. (1985) “La mediación de los medios de comunicación social” en Moragas (ed.) *Sociología de la comunicación de masas*, vol. I. Barcelona: G. G.
- MARTÍNEZ, F. (1989) *Televisa: Siga la Huella*. México: Claves Latinoamericanas.
- MOLINA, G. (1989) *The Marketing of Mexican TV News*. PH.D. Dissertation, Centre for Mass Communication Research. Leicester Univ. U. K.
- MORLEY, D. (1986) *Family Television*. London: Comedia.
- OROZCO, G. (1988) “Comercial TV and Children’s education in Mexico: the interaction of socializing institutions in the production of learning”. DE. D. Dissertation, Harvard University.
- (1994a) *Al rescate de los medios. Desafío democrático para los comunicadores*. México: Fundación M. Buendía. PROIICOM, U. Iberoamericana.

- (1994b) “Desafíos de la educación para los medios a fin de milenio”. Ponencia presentada en el congreso internacional “Educación, medios masivos y transformaciones culturales”. Buenos Aires, Argentina, 10-14 de junio, 1994.
  - (1995a) “Televisión, televidentes y televidencia: de la impunidad televisiva a una cultura crítica de la recepción”. Ponencia presentada en el VIII encuentro nacional CONEICC. San Luis Potosí, México, 23-24 de marzo.
  - (1995b) “Chiapas, la otra guerra, sus protagonistas y la teleaudiencia”, *Anuario de investigación CONEICC*, núm. 2. México.
- RENERO, Martha (1991) “La mediación familiar en la construcción de la audiencia” en Orozco *Hablan los televidentes*, Cuadernos del PROIICOM, núm. 4. México: U. Iberoamericana.