

Análisis Crítico de la participación ciudadana en noticieros locales en Aguascalientes, México

Critical analysis of citizen participation in local news programs in Aguascalientes, Mexico

María-Rebeca Padilla-de-la-Torre¹; Salvador de-León-Vázquez²

1 Universidad Autónoma de Aguascalientes, Centro de Ciencias Sociales y Humanidades, Departamento de Comunicación., México . Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5881-3958>. Email: rebeca.padilla@edu.uaa.mx.

2 Universidad Autónoma de Aguascalientes, Centro de Ciencias Sociales y Humanidades, Departamento de Comunicación., México. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-7859-0480>. Email: salvador.deleonv@edu.uaa.mx.

Copyright: © 2026 Revista de Comunicación Política, Vol. 8 | e-ISSN: 2992-7714

Tipo de artículo: Artículo de investigación

Recibido: 30/11/2025 | Aceptado: 30/03/2026 | Publicado: 19/05/2026

Cómo citar:

Padilla-de-la-Torre, M-R., & de-León-Vázquez, S. (2026). Análisis crítico de la participación ciudadana en noticieros locales en Aguascalientes, México. *Revista de Comunicación Política*, 8, 44–58. <https://doi.org/10.29105/rcp.v8i1.90>

Resumen

El objetivo de este artículo es analizar el papel de los medios de comunicación como plataformas para el discurso democrático, en el contexto de la tensión entre su responsabilidad social respecto a los derechos de las audiencias y sus propios intereses, ya sean de carácter privado o como medio estatal. El estudio se inscribe en el enfoque del desarrollo mediático y recurre al análisis crítico de la participación en procesos mediáticos, con el propósito de comprender —desde la perspectiva de quienes participan en la producción de noticieros, así como de figuras con presencia política o activista— cómo se interpreta la relación con las audiencias en tanto ciudadanía. La metodología se basó en el estudio de tres casos de noticieros matutinos locales en la ciudad de Aguascalientes, ubicada en el centro de México. Se realizaron entrevistas a personas responsables de la producción, conducción y reporteo de dichos espacios informativos, así como a integrantes del sector político y de movimientos sociales. Los hallazgos evidencian un conocimiento limitado sobre las normativas vigentes y los derechos de las audiencias. Asimismo, se identificaron diversas estrategias empleadas por los equipos de producción, actores políticos y representantes del activismo local para influir en la opinión pública, junto con tensiones entre quienes conciben a los públicos como consumidores y quienes los interpelan como base electoral o agente de cambio social. El análisis muestra que estos noticieros brindan escasos espacios de interacción con las audiencias en torno a los principales problemas locales que les afectan e interesan.

Palabras clave: Desarrollo de los medios de comunicación, participación del público, periodismo, noticias radiofónicas, información pública.

Abstract

This article examines the role of media outlets as platforms for democratic discourse, within the context of the tension between their social responsibility regarding audience rights and their own interests, whether as private entities or state-run media. The study is framed within the perspective of media development and draws on critical analysis of participation in media processes, with the aim of understanding— from the standpoint of those involved in the production of newscasts, as well as politically or activist-oriented figures— how the relationship with audiences is interpreted in terms of citizenship. The methodology was based on the analysis of three local morning news programs in the city of Aguascalientes, located in central Mexico. Interviews were conducted with individuals responsible for the production, anchoring, and reporting of these news spaces, as well as with members of the political sector and social movements. The findings reveal limited knowledge of current regulations and audience rights. Moreover, various strategies were identified among production teams, political actors, and local activists to influence public opinion, along with tensions between those who view audiences as consumers and those who address them as an electoral base or agents of social change. The analysis shows that these newscasts provide minimal space for interaction with audiences regarding the main local issues that affect and concern them.

Keywords: Media development, audience participation, journalism, radio news, public information.



CC BY-NC-ND 4.0 A

Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International

1.- INTRODUCCIÓN

Las audiencias y el desarrollo mediático para la democracia

Las audiencias, y por ende la ciudadanía, se encuentran en el centro del sistema mediático, puesto que todo el esfuerzo de la producción se realiza, a final de cuentas, para incidir sobre su percepción del mundo. Actualmente, su estudio se ha vuelto difícil por la densidad y complejidad de sus prácticas en el consumo de contenidos mediáticos. Los estudios de las audiencias han oscilado entre dos perspectivas que no necesariamente se contradicen entre sí. Por una parte, se reconoce la capacidad crítica y activa de los públicos para posicionarse ante los medios e incluso crear contenidos, y por la otra, se reconoce la prevalencia del poder, de las estructuras e industrias mediáticas sobre ellas. Esta discusión tiene larga data (Livingstone, 2004) y se ha vuelto más intensa debido a las posibilidades que ha abierto la comunicación digital interactiva (Scolari, 2009) y la autocomunicación de masas (Castells, 2009).

Este texto pretende contribuir al avance de los estudios de audiencias al presentar un análisis que no se sitúa de manera dicotómica en una u otra postura. Se muestra que ambas están presentes a través de tres casos de noticieros que se difunden desde la ciudad de Aguascalientes, México, al analizar la compleja interacción de las audiencias con equipos de producción, periodistas y otras figuras clave en estos espacios informativos, que son el sector político y activista. Estos actores sociales, junto con las audiencias, son relevantes porque configuran el espacio público en donde, de acuerdo con un horizonte ideal, se deberían situar y gestionar los debates públicos, como un proceso orientado hacia la construcción de formas deliberativas de democracia (Demers & Lavigne, 2007).

... es precisamente en ese “estar siendo” audiencias como asumimos nuestro rol de ciudadanos y desde donde somos interpelados y podemos reinventarnos como tales. Pero es también desde nuestro ser y estar como audiencias donde enfrentamos nuevos e impredecibles desafíos para darle sentido a la ciudadanía, construir comunidad y hacer realidad una nueva socialidad y participación política. (Orozco, 2018, p.13)

Este trabajo fue motivado por el argumento de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) que señala que los medios de comunicación social pueden fungir como plataformas para el debate democrático (UNESCO, 2008). Este asunto aplica para todos los soportes mediáticos y géneros informativos actuales; pero, en este tenor, adquieren especial relevancia los noticieros locales, objeto de este análisis. Además, este planteamiento se refiere no sólo al ejercicio periodístico, sino a las audiencias como ciudadanía.

De acuerdo con la propuesta de la UNESCO (2008), los medios son los canales de información y educación mediante los cuales la ciudadanía, gobierno, agentes privados y otros actores sociales pueden expresar sus perspectivas sobre temas públicos, debatir y buscar la solución a problemáticas. La información pública que fluye en los noticieros crea sentido de comunidad, cohesión, y conforma un entendimiento de lo que se valora y comparte en un contexto sociocultural específico o globalmente. Constituyen foros que son nutridos mediante el trabajo periodístico para observar el ejercicio de los gobiernos, discutir y evaluar su desempeño y visibilizar los excesos de poder y prácticas indebidas. Asimismo, la actuación empresarial puede cuestionarse para evitar que atiendan solamente sus intereses económicos en menoscabo de las necesidades sociales del contexto en el que operan.

En este caso particular, los medios informativos considerados para el estudio tienen la característica de tener adscripción local, lo que los coloca en un debate que es necesario considerar. Por un lado, la información local, o de proximidad, genera un impacto mayor en las audiencias de su entorno, así como en su dinámica sociocultural a través de temas, voces, intereses y preocupaciones específicas a las cuales sólo ellos les otorgan cobertura (Teruel Rodríguez & Blanco Castilla, 2016). Por otra parte, las evidencias de intervencionismo estatal en las entidades de la República Mexicana sobre los medios, a través de los mecanismos de convenios de publicidad oficial (Espino & Mendoza, 2015; Maldonado, 2018; Merchant, 2018; Orozco, 2007) muestran la forma en la que se captura el periodismo por el Estado a pesar de su inscripción como elemento de la democracia liberal (Guerrero & Márquez

Ramírez, 2014). Esta captura se agudiza en el escenario local dada la precarización de la prensa y de periodistas, lo que los vuelve vulnerables al poder político y económico de los caciques estatales (Espino, 2016; Salazar, 2020). En casos extremos, el espacio público microlocal constituye un lugar problemático para periodistas en México y América Latina, en el que el riesgo de informar debido a las desigualdades, procesos de precarización y violencia directa se hace patente, con la finalidad de censurar la información que poderes instituidos y fácticos no desean que las audiencias conozcan (Del Palacio, 2023).

El periodismo local cumple con la tarea, en su contexto, de la formación de opinión pública, la provisión de información significativa para sus audiencias y el fomento a la cohesión social (Gómez, 2002). En ese sentido, la UNESCO (2008), a partir de un consenso entre profesionales y personas estudiosas de comunicación en el mundo, ha propuesto un marco para evaluar el papel de los medios en la construcción de la democracia conceptualizado como desarrollo mediático. Este organismo ha definido cinco categorías clave o Indicadores del Desarrollo Mediático (IDM): 1. Un sistema regulador conducente a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad de los medios de comunicación social; 2. Pluralidad y diversidad de los medios de comunicación social, igualdad de condiciones económicas y transparencia en la propiedad; 3. Los medios como plataforma para el discurso democrático; 4. Capacitación profesional e instituciones de apoyo a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad y 5. La capacidad infraestructural es suficiente para apoyar a medios independientes y pluralistas (UNESCO, 2008, pp. 7-8). El estudio que aquí se presenta se centró en el tercero, que revisa el desempeño de los medios como plataformas para el discurso democrático y, en particular, el interés fue indagar cómo participan las audiencias en esta conversación a través de los noticieros.

En el caso de México, se analizaron algunos aspectos de estos IDM en el año 2020 a través de cuatro encuestas, entre las que destaca la Encuesta Nacional de Confianza y Percepción de los Medios de Comunicación, centrada en las audiencias (UNESCO, 2021)¹. Los resultados señalan que 6 de cada 10 personas consideran que toda la población tiene acceso a información, mientras que el 74% considera que ha ejercido su derecho a la libre expresión. No obstante, el 69% afirma que existe censura y se limita la expresión; y un 80% dice que periodistas cumplen su labor informativa y ofrecen información imparcial y verídica (UNESCO, 2021).

Los anteriores datos se refieren a los derechos a la comunicación. En México, estos incluyen los derechos de acceso a la información pública, de las audiencias, a las telecomunicaciones, a la libertad de expresión y la declaración de la radiodifusión como un asunto de interés público, de acuerdo con el artículo 6 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (1917). Estos derechos han avanzado con dificultad. En mayo de 2021, se resolvió a su favor un amparo interpuesto por las defensorías de las audiencias del país por el cual se le restauró la atribución al Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) para elaborar e instrumentar los lineamientos de estos derechos, supervisar códigos de ética y nombramientos de defensorías de las audiencias en los medios de comunicación.

De manera específica, los derechos de las audiencias consisten en: recibir contenidos que reflejen el pluralismo; recibir programación oportuna que fortalezca la vida democrática; que se aporten elementos para distinguir entre la publicidad y el contenido de un programa; que se respeten los horarios de los programas y que se avise con oportunidad los cambios y se incluyan avisos parentales; ejercer el derecho de réplica; que se mantenga la misma calidad y niveles de audio y video durante la programación; prohibir toda discriminación; que se respeten los derechos humanos, el interés superior de la niñez, la igualdad de género y la no discriminación (Ley en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión, 2025).

Esta gestión se realizó ante la controversia presentada por las empresas de medios con una concesión para uso comercial que han argumentado que los derechos de las audiencias son censurados al limitar la libertad de expresión

¹ Las otras tres encuestas realizadas en 2020 fueron: el Padrón Nacional de Medios Impresos, Electrónicos y Digitales, la Encuesta Nacional sobre el Ejercicio Periodístico y la Encuesta sobre Oportunidades de Capacitación Profesional en Comunicación y Periodismo, cuyos resultados están disponibles en UNESCO (2021).

(Gómez, 2021). En 2024, el Estado extinguió a los organismos autónomos², mediante una reforma constitucional. Esto resultó en un retroceso porque estos organismos conformaban la arquitectura institucional que garantizaba el ejercicio de los derechos de la comunicación.

Es necesario reconocer que los medios son un espacio valioso para el debate, pero también asumen una posición de interés:

Como actor social, también pueden ser una fuerza partidista y un instrumento de conflicto. En este sentido, la lógica sugiere que los medios deben rendir cuentas de sus acciones, al igual que cualquier otro actor social. Pero, siendo el espacio del debate, es crucial que los medios puedan transmitir el debate e información sin el control de ningún partido ni gobierno. Ésta es la razón de la fuerte resistencia de la comunidad mediática ante los intentos de regularlos con el fin de asegurar que actúen responsablemente. (UNESCO, 2008, p. 35)

Así, el planteamiento de la UNESCO consiste en proponer parámetros de prácticas democráticas para evaluar la aproximación que un sistema de medios presenta con respecto a ellas. En este sentido, González y Echeverría (2017) han formulado un modelo teórico que se refiere al ejercicio periodístico. Esta propuesta resulta interesante porque admite la coexistencia de rasgos de prácticas democráticas y, a la vez, de control y censura. Además, explica las razones y situaciones, a nivel nacional, local, así como globales por las cuales prevalecen ambas. Tomando en cuenta la anterior premisa, los autores proponen la noción de “múltiples modernizaciones y periodismos”, es decir que, en un mismo país, como es el caso de México, coexisten diversas realidades. Por ello, son necesarios trabajos como éste, que contribuyan a comprender esta realidad en contextos situados.

Por su parte, De-León-Vázquez y García-Macías (2022) evaluaron el desarrollo mediático de las entidades federativas de México a partir de la relación entre varios instrumentos estadísticos. Estos fueron: Índice de Desarrollo Democrático 2019 (PoliLat, 2020); la Encuesta Nacional de Calidad e Impacto Gubernamental 2019 (INEGI, 2020a); la Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública 2019 (INEGI, 2020b); la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2019 (INEGI, 2020c) y la Infraestructura de Radio y Televisión en México y Datos de Usuarios de Telecomunicaciones (IFT, 2021).

Este trabajo confirma el planteamiento de González y Echeverría (2017) sobre la coexistencia del avance del desarrollo mediático democrático y a la vez la presencia de rasgos autoritarios que se agudizan en algunas regiones de México, y distinguen cinco clústeres o subgrupos de estados agrupados por sus similitudes internas calculadas a partir del valor de sus medias. Al estado de Aguascalientes lo sitúan en el Clúster Democrático, en donde además se incluyen los estados de Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Colima, Hidalgo, Nayarit, Querétaro, San Luis Potosí, Sinaloa y Tlaxcala.

En el país, este clúster logró el valor más alto de libertad de prensa con respecto a otros grupos de estados, también obtuvo el mejor resultado en el país en desarrollo mediático y el segundo puesto en desarrollo democrático. Al respecto, los autores señalan que:

este grupo constituye una veta de investigación para profundizar en sus características y observar de manera más fina las relaciones entre el sistema mediático, la comunicación pública, el desarrollo social y el bienestar. (De-León-Vázquez & García-Macías, 2022, pág. 15-16)

Partiendo de lo anterior, este estudio se propuso analizar el papel de los medios en la construcción de una conversación democrática. Se examinó esta dimensión del desarrollo mediático a través de la participación de las audiencias en los noticieros y su interacción con actores del periodismo, la política y el activismo, en el marco del

² Estos organismos eran el Instituto Nacional de Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales (INAI), y el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT).

ejercicio de sus derechos de expresión.

La participación de las audiencias. marco teórico-metodológico para su estudio

La propuesta teórico-metodológica se diseñó con el fin de analizar las dinámicas de participación de la audiencia en los espacios informativos, tomando como base un horizonte democrático. Se asume la premisa que los medios pueden dar la voz de manera equitativa a los sectores que conforman una sociedad, pero a la vez, se admite que esto no siempre es así. También existen las prácticas que privilegian algunas voces y silencian otras (Salazar, 2020). Asimismo, en estos espacios se presentan discursos que definen estereotipos, discriminan, violentan, e incluso criminalizan (UNESCO, 2008). Para ello, se partió de los conceptos de participación y del modelo crítico para el análisis de la participación en procesos mediáticos que se describen a continuación.

¿Qué significa que las audiencias participen? Orozco (2010) argumenta que lo que define a las audiencias es cómo interactúan en el ecosistema comunicacional contemporáneo. Incluso, señala que las principales dimensiones de la participación de éstas son el acceso a lo mediático o digital, después al contenido o información, y posteriormente a su manejo, integración, evaluación y la creación de información.

Jenkins et al. (2016) se inspiraron en las prácticas fandom para acuñar la noción de “cultura participativa”. Los fans no sólo crean contenido sino espacios colaborativos para compartir su creatividad y perspectivas. El autor admite que comprendió el potencial pedagógico de la cultura participativa y lo que puede implicar más allá del interés en la ficción. Es decir, conforma una participación colectiva que es capaz de generar las bases para el aprendizaje, el compromiso y la participación ciudadana. Este autor matiza el alcance de la cultura participativa de acuerdo con el contexto, por ejemplo, dependiendo del desarrollo y la habilitación del país y de las personas. Explica que no todas las formas de participación necesariamente se encaminan hacia un mayor poder individual o colectivo. Además, revela que la capacidad creativa de los fans o personas está delimitada por la estructura y gobernanza de las plataformas.

Por su parte, Carpentier (2016) plantea que las nociones de acceso e interacción son claves para estudiar los procesos mediáticos, pero propone que la noción de participación es la esencia para comprenderlos. Para definirla realiza una reflexión sobre sus antecedentes en la teoría política y social y su aplicación a lo mediático. Revela que el enfoque político conlleva la revisión de las lógicas del poder y la capacidad en una sociedad de involucrarse en la toma de decisiones. Además, aclara que existe una distinción entre participación parcial y total. La participación parcial se refiere a que dos sectores o actores sociales se influyen mutuamente en la toma de decisiones, pero las decisiones finales las toma una sola parte. Esto, como se describirá en los hallazgos, es más acorde a la manera en que ocurre la participación de las audiencias en los procesos mediáticos. Mientras que la participación plena se define como el proceso en donde cada miembro tiene el mismo poder para tomar decisiones y determinar resultados (Carpentier, 2001).

En este mismo tenor, Carpentier señala la pertinencia de la visión de Giddens sobre la doble estructura implícita en los procesos de poder para comprender la capacidad de participación de las audiencias. Las relaciones de poder también son bidireccionales, incluso si el poder de un actor (o partido) es limitado en comparación con el otro. Las relaciones de poder son relaciones de autonomía y dependencia, pero incluso el agente más autónomo es en cierto grado dependiente, y el actor o parte más dependiente en una relación conserva cierta autonomía (Giddens, 1979).

Carpentier (2016) propone que es posible analizar críticamente la participación en los procesos mediáticos. El análisis crítico consiste en identificar y visibilizar las estructuras de poder, las cuales no necesariamente se estudian en los análisis sociales de la participación. En cierto sentido, este autor admite que es una perspectiva normativa que puede ser empleada para evaluar la participación en contraste con un horizonte deseable y de esta manera, coincide con la propuesta de la UNESCO (2008). Por lo tanto, define participación como: “la equidad de las relaciones de poder entre actores privilegiados y no privilegiados en procesos formales o informales de toma de decisiones”

(Carpentier, 2016, p. 72). De acuerdo con este planteamiento, en las sociedades democráticas los medios, y por lo tanto los noticieros, tendrían la responsabilidad de no solo darles el poder de participar en sus espacios a figuras públicas como personas de la política o activistas, sino además a sus audiencias para promover la interacción y discusión con el gobierno, como parte de sus derechos como ciudadanos. Considerando lo anterior, este texto se pregunta: ¿Cuál es la perspectiva de los equipos de producción, políticos y activistas sobre la participación de las audiencias en los espacios informativos?, ¿Y sobre sus derechos como audiencias y ciudadanía?

2. METODOLOGÍA

El modelo de Carpentier (2016) de análisis crítico para procesos mediáticos se adaptó para diseñar una metodología para estudiar la participación de las audiencias en espacios informativos (Padilla-de-la-Torre et al., 2019). El modelo sugiere delimitar un proceso mediático, y en este estudio se concretó en los tres principales noticieros en la ciudad de Aguascalientes, México. Posteriormente, se identificaron los principales actores mediáticos presentes en el proceso a estudiar. En este caso se tomó en cuenta a la persona responsable de la producción del noticiero, de la conducción y una que realizara trabajo de reporte. Además, se incluyeron en el análisis personas del sector político y del activismo con una presencia constante en estos espacios informativos. En tercer lugar, el modelo señala que se identifique quienes participan en la toma de decisiones para finalmente analizar las relaciones de poder entre estas figuras en el proceso mediático en cuestión.

El estudio de caso (Schwandt & Gates, 2018) orientó la metodología. De acuerdo con el modelo, él o los casos son unidades empíricas claramente delimitadas. Se eligieron tres: los dos noticieros comerciales más escuchados de la ciudad, además del principal noticiero de un medio público. Esto se determinó al revisar entre los noticieros locales cuáles contaban con mayores audiencias (La Contra Portada, 2022) y que tuvieran el mayor número de seguidores en sus sitios y redes sociales digitales con respecto a otros noticieros. Aunque la producción de los noticieros se encuentra en la ciudad de Aguascalientes, la distribución de estos espacios informativos tiene influencia política y económica en toda la entidad y la región. Los noticieros tienen presencia en varias modalidades de transmisión, sin embargo, su mayor consumo se da en sus versiones matutinas a través de la radio.

Tal y como describen De-León-Vázquez y García-Macías (2022) este estado se encuentra en la región del Bajío, que agrupa a varias ciudades de pasado novohispano y en donde se ha dado un importante progreso económico basado en la industria y el comercio, alternancia política, pero a la vez existe una fuerte polarización entre sectores progresistas y de extrema derecha; pese a ello es necesario tener el cuidado de no simplificar los cambios culturales complejos ocurridos en esta región que surgen de la interpelación de los valores arraigados por las tensiones globalizantes (Zalpa, 2024).

El estado de Aguascalientes cuenta con 1,495,545 habitantes y 418,085 hogares; un 80.2% de la población de seis años o más son usuarios de un smartphone y un 84.62% de internet (Instituto Federal de Telecomunicaciones, 2024a). En este contexto, el 44.1% de la población consume radio en comparación con el promedio nacional del 30.8% (INEGI, 2025). Por otro lado, en el país, los noticieros son el segundo tipo de género más escuchado en la radio con un 40% de las personas usuarias (Instituto Federal de Telecomunicaciones, 2024b).

El primer caso (Noticiero 1), es un noticiero que forma parte de una empresa de medios comercial con una importante presencia en la región. Es la de mayor antigüedad en la ciudad y fue la segunda en el país, después de la XEW de la Ciudad de México. Su fundador fue de los primeros en promover la radio en el país. Transmite dos segmentos de noticias por la mañana, así como un segmento por la tarde y otro por la noche (Radiogrupo, 2024). El segundo noticiero (Noticiero 2) pertenece a una empresa de medios de comunicación con más de 40 años de experiencia en la región. Su noticiero más escuchado cuenta con 2 programaciones diarias, una por la mañana y otra por la tarde (Infolínea, s. f.).

El tercero, (Noticiero 3) se trata del noticiero con emisión por la mañana y noche de la radio y televisión pública estatal, un organismo descentralizado del gobierno del estado de Aguascalientes. Sus fines son reflejar fielmente la realidad de Aguascalientes, siendo una ventana para que en otras latitudes de México y el Mundo se conozca la cultura que envuelve al estado. Tiene como meta dar entretenimiento, difundiendo una programación balanceada, y una oferta atractiva para toda la familia. Su misión es generar una cultura humanista, proponiendo una imagen actual y dinámica con programación incluyente (Radio y Televisión de Aguascalientes, 2024).

Como ya se señaló, este trabajo se interesó por conocer la perspectiva de los equipos de producción, periodistas y otras voces clave presentes en los noticieros. En un trabajo previo, se identificaron y cuantificaron las modalidades de participación de las audiencias, además de analizar sus propias perspectivas sobre ello (Padilla-de-la-Torre & Cervantes-Velázquez, 2023). No obstante, se omitió un análisis sobre cómo se conceptualizan los públicos desde la producción informativa, su interacción con éstos y la asunción de los derechos de las audiencias y la ciudadanía, aspectos que se examinan en el presente estudio.

Para ello, en cada noticiero se realizaron tres entrevistas: una con quien fungía como productor, otra con quien conducía y una más con un reportero o reportera. Además, a partir de estas entrevistas se eligieron a tres personas de la política y tres activistas. El criterio seguido para ello fue seleccionar a aquellas personas que los productores y su equipo coincidieron en identificar como quienes se destacaban por su presencia en estos noticieros. Es decir, aquellos que la propia producción de los noticieros invitaba con frecuencia a su informativo por su relevancia en la agenda de noticias, y además por su influencia en la reacción entre las audiencias a través de su participación por los canales definidos por cada noticiero. Las entrevistas se realizaron entre diciembre de 2020 y julio de 2021 y se organizaron a partir de las siguientes temáticas: trayectoria profesional, características del noticiero, su perspectiva sobre las audiencias, el papel de los noticieros para comunicarse con la ciudadanía y los derechos de las audiencias. Participaron únicamente quienes otorgaron su consentimiento; asimismo, se integró solo la información de las entrevistas que fue autorizada, garantizando en todo momento el anonimato de los informantes.

Tabla 1: Datos de las personas entrevistadas.

Equipo de producción de los noticieros.				Activistas participantes en Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC).	Sector político y gubernamental.
Noticiero 1: Concesión Comercial.	Productor y conductor del noticiero matutino.	Conductora del noticiero matutino y vespertino.	Reportero.	Activista participante en un observatorio de la violencia social y de género y apoyo jurídico (Activista contra violencia).	Secretaria ejecutiva estatal de un programa de derechos (Funcionaria Estatal).
Noticiero 2: Concesión Comercial.	Productor.	Conductora del noticiero vespertino.	Reportero.	Activista por la diversidad sexual, prevención del VIH y SIDA y promoción de los derechos humanos (Activista pro-derechos sexuales).	Presidente de partido político de oposición (Presidente de Partido Político).
Noticiero 3: Concesión Pública.	Productor.	Conductora.	Jefa de Información y Reportera	Activista defensora de animales (Activista pro-animales).	Titular de un programa federal de desarrollo social en el Estado (Funcionario Federal).

Fuente: Elaboración propia (2026).

Orozco (2018) propone tres vertientes para la investigación de las audiencias: 1) ¿Cómo se asume a la audiencia?; 2) ¿Cómo se le representa?, y 3) ¿Cómo se le interpela en y desde los diversos productos audiovisuales con los que entabla contacto? En concordancia con esta sugerencia se analizaron las entrevistas a equipos de producción de los medios de comunicación, así como a personas de la política y activismo que expresaron cómo comprenden a las audiencias e interactúan con ellas. Asimismo, comentaron sus perspectivas sobre cómo enfrentan las limitaciones para ejercer su derecho a la libertad de expresión, pero, el principal propósito y lo que aquí se desarrolla fue sobre cómo asumen y ponen en práctica los derechos de las audiencias en su ejercicio periodístico, político o de búsqueda de un cambio social.

Lo anterior orientó una codificación axial para identificar las categorías analíticas que partieron de las vertientes propuestas por Orozco (2018) e inductivamente otros temas que surgieron para agrupar, integrar y distinguir jerarquías entre ellos (Strauss & Corbin, 2002). Una vez realizada esta codificación resultaron dos ejes, a partir de los cuales se organizaron los hallazgos: uno sobre la perspectiva de las audiencias y cómo se les representa, interpela e integra en los noticieros y un segundo que responde a la pregunta sobre si los noticieros constituyen una plataforma democrática en donde las audiencias se expresen y se respeten sus derechos.

3. RESULTADOS

La esencia de los noticieros son las audiencias

Este primer eje de resultados responde a la pregunta de Orozco (2018): ¿Cómo se asumen a las audiencias de parte de la producción? Esto constituyó la aproximación a la primera categoría analítica, para indagar la perspectiva que tienen los informadores sobre sus audiencias. Los equipos de producción expresaron de manera muy clara que el sentido de su trabajo se encuentra en las audiencias. “Si no hay audiencia, ¿pues para qué hay noticiero? ... es como el peso más grande, sobre todo la participación de la ciudadanía en cada uno de los temas” (Conductora, Noticiero 1). Los temas que se manejan en los noticieros en gran medida tratan sobre dar a conocer el ejercicio gubernamental en distintos niveles e instancias. Las audiencias participan como ciudadanía al ofrecer en estos espacios su opinión o evaluación sobre el desempeño y los resultados de los gobiernos. Quienes trabajan en el noticiero explicaron que esto le da relevancia al espacio informativo en la vida política del Estado. Existe la oportunidad de que lo expresado en los noticieros sea escuchado por el gobierno, pues son monitoreados, y que reaccione a esos señalamientos. Incluso, ha habido ocasiones en que una iniciativa o acción gubernamental se ha rectificado a partir de las reacciones de la ciudadanía en los noticieros.

No obstante, las audiencias adquieren un significado distinto para cada noticiero de acuerdo con la orientación del medio al que pertenecen. En todos los casos, los productores expresaron que, por una parte, las audiencias son reconocidas como ciudadanía que participa y ejerce sus derechos, pero, además, en los medios que funcionan mediante una concesión comercial, las audiencias son vistas también como un producto que se ofrece a los anunciantes. La información es producida apelando a ciertos segmentos poblacionales, mediante estrategias discursivas (explotando el morbo y el sensacionalismo, o moderando su contenido, según sea el caso), para lograr convocar a las audiencias que después son usadas como valor de cambio con los anunciantes, como lo revela uno de los productores noticiosos:

...las empresas operan con la lógica de los leones, estos están donde están las cebras, entonces a qué voy con esto ¿Dónde están los bloques publicitarios más espantosamente grandes?, están con nosotros, porque los empresarios no son tarugos, la mayoría de los anuncios publicitarios que nosotros tenemos dirigen sus esfuerzos a la conquista de esos subsegmentos socioeconómicos C, D y E porque es donde está el volumen y donde está el volumen está el dinero. (Productor, Noticiero 2)

Las personas entrevistadas reconocieron que existe un gran interés de parte de las audiencias para expresarse como ciudadanía. Aunque es importante resaltar que las modalidades a través de las cuales pueden participar son

limitadas. La manera más tradicional son las llamadas telefónicas al medio, que ocasionalmente se transmitían al aire. Ahora tienden a desaparecer para dejar su lugar al envío de audios a través de WhatsApp, o comentarios en las redes sociales digitales, pero no han desaparecido del todo. Por ejemplo, se les otorga un poco de espacio, en sus emisiones al aire, a los adultos mayores, de acuerdo con la productora del medio gubernamental (Jefa de Información y reportera, Noticiero 3). Esto resulta interesante porque el criterio para reconocer a sus audiencias cobra un matiz en el que se valora la diversidad ciudadana, en cuanto a la edad.

Ahora bien, las redes sociales digitales han ampliado e incrementado sustancialmente las posibilidades de participación de las audiencias en las plataformas de los noticieros, particularmente WhatsApp. “Podemos decir que en promedio nosotros estamos procesando día con día un poco más de 400 WhatsApp por noticiero, sobre todo los matutinos, obviamente no los pasamos todos porque pasan por un filtro y ese filtro soy yo” (Productor, Noticiero 2). Este fragmento revela, además, cómo se actualiza la función del gatekeeper (White, 1950) en las organizaciones noticiosas contemporáneas frente a la necesidad de controlar la amplitud de contenido generada por las innovaciones tecnológicas.

Las redes sociales digitales han aumentado la interacción e influencia de las audiencias para consigo mismas, con periodistas, con los medios y con otros actores para la construcción de la agenda periodística. Se da una mutua incidencia entre los intereses editoriales del equipo de producción, de la conducción y los de las audiencias. Al enviar sus mensajes, las audiencias revelan temas de interés público, que son seguidos por los noticieros. Por ejemplo, el reporte ciudadano cobra cada vez mayor atención por parte de los productores informativos. Quienes conducen los noticieros y realizan trabajo de reporteo explican que esto les permite tener mayor sensibilidad sobre las problemáticas que interesan a las audiencias. A veces consideran que una nota tendrá un alto valor periodístico, pero no resulta así para la ciudadanía, y, al contrario, con frecuencia se sorprenden de que temas considerados intrascendentes adquieran gran relevancia en el espacio público.

Un asunto medular fue: ¿Qué detona principalmente el interés de las audiencias? A través de las entrevistas los equipos de producción explican que las audiencias hacen referencia a “lo que duele”, “lo que enoja”, así como a la desinformación y a las teorías conspiracionistas. Por ejemplo, las notas sobre “el fin del mundo” se revelan como un tema cíclico que reaparece cada determinado tiempo de acuerdo con las personas periodistas.

Las audiencias necesitan expresarse como ciudadanía y dan a conocer problemas que viven cotidianamente, manifestando su enojo dirigido a los gobiernos incapaces de solucionarlos. Quienes conducen los noticieros coincidieron que el tema de la mala calidad o carencia de los servicios públicos genera mucha participación, principalmente la falta de agua o la atención a la seguridad pública.

La gente está muy enojada, a mí me da la impresión de que algo crece dentro de la sociedad que es justamente el reflejo de lo que la gente exige, pide, demanda, pero sobre todo sabe que no se le ha dado, es justamente una de las razones por las que hay mucha gente muy molesta con la clase política... que está muy desconectada de la realidad, entonces no existe ningún canal y nadie tiende puentes sobre todo en la clase política para poder hacer un entendimiento a través de los medios de comunicación. (Productor, Noticiero 2)

Los equipos de producción, particularmente de los medios comerciales, aprovechan este enojo para detonar el interés de las audiencias, constituyéndose en uno de los aspectos formalizados de sus líneas editoriales. Asimismo, saben que se despierta el interés a través de las noticias de impacto sobre controversias y violencia.

...en la editorial las instrucciones son que sean notas muy impactantes, mientras más escandaloso y fuerte sea el caso mayor impacto va a tener. ¿Qué es la línea editorial que podamos tener siempre? cosas que puedan generar polémica en el auditorio; ese es el sentido que le damos a la información. (Reportero, Noticiero 2)

También son noticia los riesgos y ataques a periodistas. Un par de reporteros narraron que fueron a un poblado cercano a la capital del Estado a cubrir las experiencias que vive la población en torno al narcotráfico. Mientras realizaban su labor los sicarios los abordaron, los golpearon y corrieron del lugar. Esto se transmitió y fue, incluso, la nota que tuvo mayor rating durante el año (Reportero, Noticiero 2).

Tanto los equipos de producción, como las personas activistas, comentaron que la violencia es un contenido que está cada vez más presente en la sociedad y en los medios de comunicación, estableciendo una relación de mutua afectación. Admiten que estas notas promueven la atención de las audiencias; cada vez se reportan mayores hechos de violencia intrafamiliar, dirigida a las mujeres e incluso a las y los niños. Señalaron que les preocupan las reacciones entre las audiencias que justifican estos actos. Un productor (Noticiero 2), compartió que cada vez hay más mensajes violentos hacia las mujeres, pero también hacia otros sectores de la población como las personas de la diversidad sexual y los migrantes, entre otros. Él filtra aquellos que le parecen excesivos, que no solo son discursos de odio, sino que promueven actos violentos. Además, en ocasiones las y los conductores, así como quienes realizan tareas de reporte, reciben este tipo de mensajes e incluso amenazas.

En ambos medios comerciales hicieron alusión a la creciente polarización política. Las posiciones extremas corresponden a las distintas perspectivas de los partidos políticos y, además, se relacionan con los disensos sobre los derechos reproductivos de la mujer y la diversidad sexual. Las conductoras expresaron que en Aguascalientes es muy claro que existen sectores progresistas que promueven el avance de estos derechos, y a la vez conservadores de extrema derecha que se han organizado para confrontarlos. Estas posturas suelen identificarse con los partidos políticos y esto genera que las notas al respecto detonen discursos de odio y enojo entre las audiencias. Por el contrario, admitieron que las visiones mesuradas, que presenten argumentos fundamentos y matices son escasas.

Algo que he visto, es una radicalización de las posturas. Me parece que hay muchos temas sociales que actualmente, o están completamente en contra o completamente a favor. Y a niveles que, a veces, llevan hasta cierto nivel de agresividad. ... Las opiniones mesuradas o templadas son pocas... Esta polarización tipo ‘chairs y fifis’, por ejemplo ¿no? (Activista pro-derechos sexuales)³

Las y los activistas comentaron que usan estas tendencias dicotómicas a su favor para generar polémica y ganar visibilidad e interés para sus causas entre la ciudadanía, tienen claro que estas estrategias serán secundadas por los medios porque se volverán sus aliados debido a sus propósitos por ganar el favor de los públicos.

Los medios y los noticieros como plataformas democráticas y promotores de los derechos de las audiencias

Este segundo eje de los hallazgos responde directamente al objetivo y la pregunta que se plantea en este texto, sobre el indagar en el papel de los informativos para promover la expresión de las audiencias y la ciudadanía como un derecho para participar en la discusión democrática sobre los asuntos públicos tratados en estos espacios.

A pesar de que este estudio se llevó a cabo en una región que se ha definido como democrática y con desarrollo social (De-León-Vázquez & García-Macías, 2022), se constata que existen aún serias limitaciones para que los noticieros ejerzan como plataformas democráticas y garanticen los derechos de las audiencias. Aunque la expresión ciudadana se manifiesta en los noticieros e influye en el sector público, en sentido estricto, ninguno promueve una conversación ciudadana con los gobiernos y entre la propia ciudadanía. ¿Que lo impide? Según los entrevistados, el principal obstáculo es el control de los medios a través de convenios con los gobiernos que establecen cuotas fijas de otorgamiento de recursos económicos, lo que constata la permanencia de esta práctica que ha sido previamente documentada en Aguascalientes (De-León-Vázquez, 2011) y en diversas partes del país (Espino, 2016; Maldonado, 2018; Merchant, 2018; Orozco, 2007; Salazar, 2020). Aclaran que debido a este mecanismo las y los periodistas

³ En México, coloquialmente se les ha llamado “fifis” a personas que pertenecen a las élites o a grupos conservadores, de derecha, de parte del partido Morena, en el poder a la fecha. Por el contrario, se les nombra “chairs” para referirse de manera despectiva a quienes son seguidores de este partido y en particular del presidente Andrés Manuel López Obrador (2018-2024).

deben respetar las líneas editoriales acordadas: “todo es oficialismo, todos los medios de comunicación, independientes, no independientes, son oficialismo” (Productor y conductor, Noticiero 1).

Además de esta limitante, otro obstáculo para el ejercicio pleno de los derechos de libertad de expresión y de las audiencias es la escasa regulación de los intereses comerciales frente a los de la sociedad. Las y los entrevistados señalaron que ese cambio necesariamente debe salir de los propios gobiernos ya que los medios comerciales asumen una lógica empresarial por encima de la ciudadana. Los gobiernos se benefician de esta manera de operar y por ello, a pesar de las normativas, no se exige plenamente su cumplimiento, situación que coincide con la explicación del modelo liberal capturado para explicar la intervención estatal sobre los medios informativos de propiedad privada (Guerrero & Márquez Ramírez, 2014).

Existen mayores estudios y discusión sobre los factores presentes en los medios de comunicación y los gobiernos que impiden impulsar cambios y lograr prácticas mediáticas democráticas. Sin embargo, habrá que poner atención y ahondar en la responsabilidad de las propias audiencias como ciudadanía. Es evidente la necesidad de una mayor educación cívica y mediática que promueva la capacidad crítica de las audiencias. Esto se traduce en una condición que habilite su capacidad de expresión, de participación y de interlocución entre sí y con los gobiernos para aportar a solucionar las diversas problemáticas que se viven. “...creo que la ciudadanía tiene que ser más responsable, más madura, seleccionar a qué medios siguen, a cuál le dan su voto de confianza” (Activista pro-animales).

Una problemática entre las propias audiencias es el aumento de la presencia de grupos conservadores y de extrema derecha que no toleran la presencia pública y menos un diálogo con otras visiones del mundo. Sistemáticamente despliegan estrategias para deslegitimar y eliminar otras perspectivas, lo cual limita la posibilidad de una conversación plural y democrática.

en el caso de los derechos de la mujer en eso sí somos excesivamente cerrados ...90% de los Whats-App que están relacionados con temas de derechos de la mujer están en contra de darles apertura y de la diversidad sexual es mucho peor todavía, la intolerancia entre los aguascalentenses puede llegar a ser incluso todavía homicida es excesiva la nulificación que la audiencia le da a la información que nosotros manejamos por lo menos cuando se trata de derechos sexuales cuando se trata de minorías por ejemplo de grupos LGBTIQ+ es brutal. (Productor, Noticiero 2)

Entre los sectores entrevistados compartieron sus reflexiones y propuestas para mejorar el desempeño democrático de los noticieros. Coincidieron que falta mayor voluntad para invertir en periodismo de investigación para no limitarse a dar cuenta del acontecer inmediato y tratar con profundidad y evidencias situaciones complejas. Así se proveería a las audiencias de información de calidad y se promovería la reflexión y opinión pública crítica. Otro asunto importante sería tener una clara estrategia para desmontar la violencia estructural que existe en la sociedad mexicana. Al aprovechar la violencia como un producto comercial se contribuye a normalizarla. Tanto las notas como los comentarios de las audiencias en este tono no deben contar con espacios.

creo que también es una responsabilidad de los medios de poder regular los comentarios que se reciben en redes, porque algunos son increíblemente violentos...Y bueno, las mismas personas se contestan, y ahí hay una discusión. ...Y al medio no le interesa... (Activista contra violencia)

En México, como ya se ha descrito, existen los derechos de las audiencias y lineamientos. A través de la defensoría de las audiencias se da un seguimiento y vigilancia para su cumplimiento, cuyos titulares emiten recomendaciones y formas de resarcir los posibles daños generados por los contenidos mediáticos (Instituto Federal de Telecomunicaciones, 2016). En este trabajo quedó patente que el medio público cumple con los lineamientos, pero los medios comerciales reconocieron que existe poco conocimiento sobre ellos. Aunque las y los periodistas entrevistados se rigen por sus códigos de ética personales, en la práctica no corresponden a un documento escrito consensado y compartido entre quienes participan en el medio y el noticiero, más bien se dan acuerdos a partir del trabajo co-

tidiano con la empresa.

Si yo tuviera la varita mágica haría que se cumpliera la ley. Porque hay una reforma al artículo sexto constitucional donde se habla de audiencias porque en el 2014 se modificó la ley; porque en el 2016 ya se hicieron los lineamientos de los derechos de la audiencia. ¿Y saben quién los cumple? ¡Nadie! No los cumplen, y están en la ley. ¿Por qué? Porque hay un compadrazgo entre los medios y la política y les da miedo tomar decisiones. Pero la ciudadanía es la gran perdedora. (Funcionaria Estatal)

Los equipos de producción de los noticieros reconocieron que falta conocimiento y capacitación sobre estos derechos y cómo implementarlos. Aunque exista voluntad, no es posible porque el exceso y el ritmo de trabajo que siguen lo vuelve muy poco probable. Además, falta no sólo contar con las defensorías de las audiencias y difundir su función, sino darles mayor poder y capacidad de decisión. “...nosotros no tenemos mucha idea de lo que son los derechos de las audiencias, nosotros no hemos tenido ninguna capacitación... yo no sé cuáles son los derechos de las audiencias para ser claro”. (Reportero, Noticiero 2)

En varias entrevistas, se comentó que los medios podrían generar propuestas y compromisos conjuntos. Esto ya se ha llevado a cabo en otras ocasiones, a nivel nacional e incluso local, y es necesario para confrontar varios problemas nacionales, particularmente el de la violencia.

4. CONCLUSIONES

El propósito del estudio fue analizar críticamente el papel de los informativos en la configuración de una conversación democrática, examinando el poder de participar en ella de las audiencias. Esto se revisa desde la perspectiva de los equipos de producción de los noticieros locales y de actores políticos y del activismo.

Los hallazgos muestran una contradicción en la comprensión de las audiencias por parte de los productores de noticias. Las audiencias son muy activas ante los contenidos que reciben y, al darles la oportunidad, expresan sus opiniones y colocan sus intereses en la agenda noticiosa. Aunque, de acuerdo con la teoría del análisis crítico de la participación en los procesos mediáticos (Carpentier, 2016), la participación de las audiencias es parcial, ya que quienes poseen el control pleno y toman las decisiones clave son los equipos de producción de los noticieros según la línea editorial del medio.

La revisión de los trabajos existentes demuestra que el estudio del periodismo a escala local es importante y necesario porque representa un espacio cercano para la provisión de la información y orientación de la opinión pública en el contexto propio de las audiencias (Teruel Rodríguez & Blanco Castilla, 2016). En México estos estudios se han orientado de manera preponderante a analizar la cobertura periodística y su tratamiento, el análisis del discurso periodístico, las representaciones de grupos o temas en la prensa, el análisis de las prácticas periodísticas, los factores estructurales del periodismo, la perspectiva de género en el periodismo, así como la narrativa periodística (Hernández-Ramírez, 2018).

De manera más reciente se han incorporado asuntos como el periodismo hiperlocal y sus problemas de marginación con violencias directas y estructurales (Del Palacio, 2023), el perfilamiento de los periodistas y sus medios por regiones (Rodelo & Del Palacio, 2025) y el análisis de los sistemas mediáticos (Echeverría et al., 2025). Sin embargo, no se encontraron estudios que establezcan la interacción de los equipos de producción periodística con sus audiencias y cómo esa relación orienta las características de la información transmitida por los medios en el contexto local. Este trabajo explora esa veta de investigación, lo que permite contribuir a cerrar la brecha analítica muchas veces pospuesta de vincular empíricamente la producción y la recepción de los mensajes periodísticos.

Si se pregunta cuál es el poder y la participación de las audiencias en una conversación democrática en los noticieros, habría que contestar que coincide con el de la ciudadanía. Se reconoce cómo el centro del escenario mediático y los noticieros son muy sensibles a sus respuestas. A los medios les preocupa mantener su interés y favor, pero sus derechos no son atendidos para garantizar que reciban información veraz, de alta calidad y plural. Tampoco hay estrategias para no sólo transmitir su voz al aire, sino para generar la oportunidad de una conversación pública entre sectores. El poder de las audiencias y la ciudadanía es grande si pensamos en que son capaces de decidir consumir un medio o no, así como a quién otorgar su voto en una contienda electoral. Pero en los hechos queda lejos su poder de participar y tomar decisiones sobre los contenidos mediáticos y prácticas gubernamentales.

González y Echeverría (2017) han planteado que en el país coexisten prácticas democráticas, y a la vez de control y censura sobre los medios. Asimismo, la región en donde se ubica Aguascalientes se definió con índices altos de desarrollo social y bienestar, lo cual está ligado al desarrollo democrático (De-León-Vázquez & García-Macías, 2022). En consecuencia, al revisar las experiencias expresadas por quienes participaron en este estudio, se puede argumentar que no sólo coexisten estas tendencias entre regiones, sino en una misma como es este caso. Quizás presenta mejores índices de desarrollo respecto a otras regiones del país, pero, aún está lejos del horizonte ideal de participación de las audiencias y ciudadana.

Las redes sociales digitales han permitido ampliar los espacios de expresión de las audiencias, pero existen pocas estrategias de parte de los medios para promover un diálogo con y entre gobierno y activistas para buscar soluciones a los graves problemas sociales que duelen y enojan a la ciudadanía. Por el contrario, estas tecnologías se han vuelto un instrumento de discursos de odio y fragmentación.

La violencia estructural en los noticieros genera preocupación y abre una agenda de estudio sobre las audiencias. Esto resulta interesante porque no suele investigarse su responsabilidad en la presencia de violencia en los espacios mediáticos. Además, la agenda sobre los estudios de audiencias requiere una reflexión e indagación en conjunto con los estudios sobre el periodismo y el activismo. Esto sin duda contribuirá a producir conocimiento que genere propuestas para mejorar la comunicación gubernamental con la ciudadanía. Aunque lo fundamental será promover la conciencia y responsabilidad de todos los sectores para vivir en democracia y paz.

REFERENCIAS

- Carpentier, N. (2001). Managing audience participation: The construction of participation in an audience discussion programme. *European Journal of Communication*, 16(2), 209–232. <https://doi.org/10.1177/0267323101016002004>
- Carpentier, N. (2001). Managing audience participation: The construction of participation in an audience discussion programme. *European Journal of Communication*, 16(2), 209–232. <https://doi.org/10.1177/0267323101016002004>
- Carpentier, N. (2016). Beyond the ladder of participation: An analytical toolkit for the critical analysis of participatory media processes. *Javnost - The Public*, 23(1), 70–88. <https://doi.org/10.1080/13183222.2016.1149760>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. [CPEUM] art. 6, 1917. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/CPEUM.pdf>
- Del Palacio, C. (2023). *Periodismo de frontera en América Latina. Violencias y desigualdades múltiples*. Universidad de Guadalajara.
- De-León-Vázquez, S. (2011). Comunicación pública, transición política y periodismo en México: el caso de Aguascalientes. *Comunicación y Sociedad*, (15), 43-69. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i15.1139>
- De-León-Vázquez, S., & García-Macías, A. (2022). Cinco tendencias subnacionales del desarrollo mediático en

- México. *Frontera Norte*, 34. <https://doi.org/10.33679/rfn.v1i1.2264>
- Demers, F., & Lavigne, A. (2007). La comunicación pública: una prioridad contemporánea de investigación. *Comunicación y Sociedad*, (8), 65–87. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i8.3830>
- Echeverría, M., González Macías, R. A., & Reyna, V. H. (2025). Sistemas mediáticos en América Latina: Persistencias poscoloniales y legados institucionales en la relación medios y poder. *Revista de Comunicación Política*, 7, e250702. <https://doi.org/10.29105/rcp.v7i1.68>
- Espino, G. (2016). Periodistas precarios en el interior de la República Mexicana: atrapados entre las fuerzas del mercado y las presiones de los gobiernos estatales. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 61(228), 91–120. [https://doi.org/10.1016/S0185-1918\(16\)30041-1](https://doi.org/10.1016/S0185-1918(16)30041-1)
- Espino, G., & Mendoza, E. (2015). *Los gobernadores, enclaves del autoritarismo en México. Sometimiento y subordinación de los medios de comunicación locales*. Fontamara.
- Giddens, A. (1979). *Central problems in social theory: Action, structure, and contradiction in social analysis* (Vol. 241). University of California Press.
- Gómez, A. (2002). Aproximación al estudio de la prensa local de barrio en Sevilla. *Ámbitos, Revista Internacional de Comunicación*, (8), 1-16. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16800819>
- Gómez, H. S. (2021, 16 de junio). *La decisión de la Suprema Corte y los derechos de las audiencias: un recuento sobre derechos humanos y competencias mediáticas*. AMIDI. <https://www.amidi.org/derechos-audiencias-corte/>
- González, R. A., & Echeverría, M. (2017). A medio camino. El sistema mediático mexicano y su irregular proceso de modernización. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (24), 35–51. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2018.24.60437>
- Guerrero, M. A., & Márquez Ramírez, M. (2014). El modelo “liberal capturado” de sistemas mediáticos, periodismo y comunicación en América Latina. *Temas de Comunicación*, 29(29), 2443–4302. <https://doi.org/10.62876/tc.v0i29.2242>
- Hernández-Ramírez, M.E. (2018). *Estudios sobre periodismo en México: despegue e institucionalización*. Universidad de Guadalajara.
- Infolínea. [@InfolineaNews]. (s. f.). Biografía [Perfil de Twitter]. <https://twitter.com/InfolineaNews>
- Instituto Federal de Telecomunicaciones - IFT. (2016, 2 de diciembre). *El IFT emite los lineamientos generales sobre defensa de las audiencias* (Comunicado 140/2016). <https://bit.ly/47RW2TE>
- Instituto Federal de Telecomunicaciones - IFT. (2021). *Infraestructura de Radio y Televisión en México y Datos de Usuarios de Telecomunicaciones*. <http://www.ift.org.mx/>
- Instituto Federal de Telecomunicaciones - IFT. (2024a). *Ficha General de Aguascalientes. Plataforma Estadística del IFT*. <https://bitestatal.ift.org.mx/#/estado/Aguascalientes>
- Instituto Federal de Telecomunicaciones - IFT. (2024b). *Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales*. <https://somosaudiencias.ift.org.mx/partial/publicaciones.php?id=20>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía - INEGI. (2020a). *Encuesta Nacional de Calidad e Impacto Gubernamental (ENCIG) 2019*. <https://www.inegi.org.mx/programas/encig/2019/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía - INEGI. (2020b). *Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública (ENVIPE) 2019*. <https://www.inegi.org.mx/programas/envipe/2019/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía - INEGI. (2020c). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2019*. <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2019/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía - INEGI. (2025). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2024. Tabulados*. <https://www.inegi.org.mx/programas/endutih/2024/#tabulados>
- Jenkins, H., Mizuko, I., & Boyd, D. (2016). *Participatory culture in a networked era*. Polity Press.
- La Contra Portada. (2022, 8 de junio). *Son las 10 estaciones que dominan la audiencia de la radio en Aguascalientes*. <https://lacontraportada.com.mx/son-las-10-estaciones-que-dominan-la-audiencia-de-la-radio-en-aguascalientes/>
- Ley en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión. Diario Oficial de la Federación [DOF] 16-07-2025. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LMTR.pdf>

- Livingstone, S. (2004). The challenge of changing audiences: Or, what is the audience researcher to do in the age of the internet? *European Journal of Communication*, 19(1), 75–86. <https://doi.org/10.1177/0267323104040695>
- Maldonado, P. (2018). Relación prensa-Estado, consideraciones hacia la regulación de la publicidad oficial en México. Estudio regional. *Question/Cuestión*, 1(58), 1–20, e039. <https://doi.org/10.24215/16696581e039>
- Merchant, D. D. (2018). Censura y manipulación de la información en Baja California. *Argumentos*, (85), 65–83.
- Orozco, G. (2010). “Estar” como audiencia y “Ser” audiencia en el siglo XXI. Desafíos de la participación en las interacciones con las pantallas. En O. Getino (Coord.), *Indicadores Culturales 2010 - Cuadernos de Políticas Culturales* (pp. 87–97). Universidad Nacional de Tres de Febrero. <https://goo.su/JbQjx>
- Orozco, G. (2018). La múltiple audienciación de las sociedades contemporáneas: desafíos para su investigación. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones,”* 11(1), 13. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.6274>
- Orozco, R. (2007). *Relaciones prensa-gobierno en Tepic: hacia una caracterización de prácticas predominantes en el periodismo local de México*. [Tesis de maestría, Universidad de Guadalajara, México]. CC-doc. <https://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=browse&id=5365>
- Padilla-de-la-Torre, M. R., & Cervantes-Velázquez, M. del R. (2023). Do those who listen also speak out? Political and citizen participation of radio newscasts audiences in Mexico. *Journalism*, 25(9), 1881–1898. <https://doi.org/10.1177/14648849231184324>
- Padilla-de-la-Torre, M. R., de-León-Vázquez, S., & Medina-Mayagoitia, N. I. (2019). MÉXICO: Aproximaciones para el estudio de la participación de audiencias en espacios informativos. En L. Cardoso, G. Calvi, & M. Triguboff (Eds.), *Políticas y producción audiovisual en la era digital en América Latina* (pp. 137–156). CLACSO. <https://doi.org/10.2307/j.ctvt6rmjp.10>
- PoliLat. (2020). *Índice de desarrollo democrático de México*. <http://idd-mex.org/>
- Radio y Televisión de Aguascalientes. (2024). *Radio y Televisión de Aguascalientes*. <https://ryta.com.mx/>
- Radiogrupo. (2024). *Radiogrupo*. <https://radiogrupo.com/>
- Rodelo, F. & Del Palacio, C. (2025). *Periodistas en México hoy. Regiones, perfiles y riesgos profesionales*. Universidad de Guadalajara.
- Salazar, G. (2020). ¿Cooptar o reprimir? Intervenciones autoritarias sobre la prensa local mexicana. *América Latina Hoy*, 84, 117–136. <https://doi.org/10.14201/alh.20916>
- Schwandt, T., & Gates, E. F. (2018). *Metodología de estudio de caso*. In *The Sage Handbook of Qualitative Research* (5a. ed.). Sage Publications Inc.
- Scolari, C. (2009). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la Teoría Fundamentada*. Editorial Universidad de Antioquia.
- Teruel Rodríguez, L., & Blanco Castilla, E. (2016). El periodismo de datos en los medios de referencia españoles. *Trípodos*, (38), 13–30. <https://doi.org/10.51698/tripodos.2016.38.13-30>
- UNESCO. (2008). *Media development indicators: a framework for assessing media development*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000163102>
- UNESCO. (2021). *Encuesta nacional sobre confianza y percepción de los medios de comunicación*. https://web.archive.unesco.org/web/20240306150157/https://es.unesco.org/sites/default/files/encpm_unesco_2020_resultados.pdf
- White, M. (1950). The “gate keeper”: A case study in the selection of news. *Journalism Quarterly*, 27(4), 383–390. <https://doi.org/10.1177/107769905002700403>
- Zalpa, G. (2024). Cultura y sociedad en Aguascalientes. En S. Camacho, V. M. González, & A. Reyes (Eds.), *Debatir el desarrollo de Aguascalientes* (pp. 281–312). Universidad Autónoma de Aguascalientes.