CAPÍTULO 3

METODOLÓGIA PARA EL ESTUDIO DE RECEPCIÓN DE AUDIENCIA

En este capítulo, describimos de manera detallada la metodología del proyecto *NW* y el estudio realizado en nuestro país por Guillermo Orozco. Posteriormente, se muestra el diseño de la metodología empleada en este estudio, que permite la replica del estudio de Guillermo Orozco en *NW*.

El proyecto de *NW*, sin duda alguna, representa una importante aportación para los estudios cualitativos, por su preocupación en reunir siete importantes países y conocer la mediación y negociación que su audiencia hace de la información de sus noticiarioss en cada uno de sus distintos contextos, y la manera en que el televidente utiliza esta apropiación de mensajes para sus fines políticos, sociales y culturales de su vida cotidiana.

En este proyecto de Guillermo Orozco, presentó un estudio detallado de lo que ocurría en el año de 1993 en México, de cómo la audiencia de cuatro principales ciudades mexicanas se apropiaban de los significados presentados en la información política, presentados en ese época en los noticiarios. Es precisamente, de dicho estudio, de donde surge la inquietud de generar conocimiento más actualizado de la audiencia de nuestro país.

Metodología de México y News of the World.

Estados Unidos, India, México, Italia, Dinamarca, Israel y Bélgica son los siete países que conforman el proyecto denominado *NW*. Dicho proyecto basa su metodología en el análisis de recepción cualitativo y utiliza las herramientas de análisis de noticias y entrevistas familiares en cada uno de los países.

A continuación, conoceremos el proceso metodológico llevado a cabo en el Proyecto *NW* y de manera particular en el estudio realizado en México, el cual es nuestro punto de análisis para este estudio.

En 1989, Klaus Bruhn Jensen conceptualizo la idea de realizar un estudio comparativo internacional de recepción de noticiarios televisivos, que le permitiera conocer de manera precisa la forma en que los televidentes de distintas partes del mundo y en cada unos sus contextos, logran entender, interpretar y apropiarse de los significados noticiosos. Para ello, reunió a investigadores de distintos países y en conjunto diseñaron la metodología más conveniente para lograr el objetivo propuesto.

En el proyecto *NW* se analizaron, dentro de una pequeña muestra de televidentes de los siete países, las posibles pautas de entendimiento entre la cercanía de los eventos nacionales e internacionales que fueron reportados en las noticias de la televisión en un día en particular; 11 de mayo de 1993.

El propósito del estudio fue explorar cómo las diferentes audiencias nacionales podrían interpretar y aplicar las noticias dentro sus contextos culturales específicos, sin embargo, también se examinaron las respuestas en relación a la calidad de las diferentes noticias disponibles en los distintos medios y el rango de aquellos eventos más importantes en el mundo durante el tiempo del estudio. De manera complementaria se realizó un análisis de contenido de los noticiarios nacionales en cada país durante la semana siguiente al 11 de mayo.

Los sietes países que participaron en el estudio, aunque son totalmente diferentes en términos políticos, económicos y culturales, todos han experimentado procesos de globalización en diferentes niveles, los cuales se han reflejado y simbolizado por medio de la televisión. Por ello, cada uno de los investigadores coordinó el proyecto en su respectivo país, en contexto con su situación económica, social y política.

El procedimiento metodológico se basó en dos elementos: el análisis de contenido de algunos noticiarios nacionales, entrevistas individuales y entrevistas localizadas a familias.

En cada uno de los países participantes en el proyecto se grabaron en video los principales noticiarios, durante una semana denominada “semana de noticias”, y posteriormente codificados para su entendimiento. Lo que permitió que los hallazgos proporcionaran una escala representativa de la forma en que se realizan las coberturas de noticias en cada uno de los países y la cual se complementaría las entrevistas familiares.

Las entrevistas individuales, fueron realizadas a cada uno de los miembros de las familias. El propósito de cada uno de los investigadores de *NW* fue obtener la percepción de cada uno de los informantes acerca de los principales temas noticiosos presentados durante la semana noticiosa.

El siguiente paso de la metodología fueron las entrevistas familiares. Las cuales, se realizaron la semana siguiente a la "semana noticiosa", y en cada uno de los países participantes se realizaron entre 10 y 15 entrevistas familiares. Las entrevistas se realizaron con una guía de preguntas previamente elaborada (anexo 1), pero la cual podía ser modificada, en caso de considerarse necesario. Esta guía fue utilizada en los siete países participantes.

En cada una de las entrevistas familiares se solicitó que los informantes contaran los últimos acontecimientos ocurridos en su país con el fin de conocer la codificación que otorgan a las noticias desde su perspectiva personal. En segundo lugar, se buscaba entablar una comparación entre los distintos noticiarios de cada uno de los países. En tercer lugar se solicitaba a los informantes que narraran un ejemplo de lo que ocurría regularmente en el hogar cuando se enteraban de los acontecimientos noticiosos. Y por último se les pedía que describieran algunos usos concretos que hicieran de la información política que obtenían de los noticiarios.

Cada uno de los investigadores de los países participantes guiaron su estudio con las fases anteriores y finalmente interpretaron la información obtenida, clasificándola para facilidad de interpretación de correlación en “supertemas”.

Los “supertemas”, como anteriormente señalamos, es una categoría analítica, propuesta posterior a la investigación de la recepción de las noticias televisivas, la cual expresaba la manera en que los televidentes interpretaban los temas noticiosos de forma distinta a la que se esperaban que fueran interpretadas.

En 1988 Jensen, y posteriormente Crigler (1991) definieron los “supertemas” como construcciones temáticas que definían la manera en que los televidentes establecen una relación entre el mundo de la vida diaria y el mundo presentado en las historias de los noticiarios. Los “supertemas” podrían ser vistos como la mediación que el televidente hace de la historia aparentemente compleja y distante a una historia simple, general y con términos y significados personalizados. De esta forma, los siete investigadores clasificaron la información obtenida para una mejor claridad en su análisis.

A partir, de la clasificación de los “supertemas”, los investigadores en cada uno de los países, entraron en la dimensión interpretativa, tomando en cuenta sus contextos políticos, económicos y socioculturales. Así mismo, se establecieron ciertas dimensiones o categorías que marcaban la forma en que los grupos nacionales interpretaban la información de una manera similar, lo que permitió realizar una teoría de cruce cultural que generara una mayor comprensión de la comunicación y recepción.

El proyecto de *NW* unificó una misma metodología que permitiera correlacionar cada uno de los países en categorías analíticas similares en sus distintos contextos.

Actualmente México se encuentra dentro de un contexto diferente a 1993, lo que no significa que presente una variación en su análisis de recepción de la información. Sin embargo, tomando en cuenta los hallazgos de Orozco en *NW*, este estudio pretende replicar y enriquecer los estudios de recepción en nuestro país.

Diseño de Metodología

El presente es un estudio que no pretende genar información estadísticamente representativa, pero si que cualitativamente nos ofrezca información que permita comparar y disertar de manera reflexiva, investigaciones anteriores, para abrir nuevas líneas que permitan entender de cerca la audiencia mexicana en su contexto socio-político, cultural y económico actual.

A continuación se describe la metodología empleada en la realización de este proyecto, reafirmando los objetivos propuestos en este análisis de recepción.

Este análisis pretende conocer la mediación, negociación y apropiación de la información política en la audiencia. Entendiendo por mediación el conjunto de influencias provenientes de la mente del individuo y de su contexto sociocultural.

Por negociación, nos referimos al proceso de incorporación, aprobación o rechazo de mensajes nuevos a los esquemas mentales ya estructurados. Apropiación es la conversión de la información al contexto del individuo.

Con base a estos conceptos se eligieron las mejores técnicas metodológicas que nos permitieran obtener información para validar o replicar el estudio de Guillermo Orozco presentado en el proyecto *NW*.

Para la realización de nuestro análisis de recepción acerca de la información política presentada en los noticiarios nocturnos nacionales realizamos entrevistas localizadas a seis familias, entendiendo por entrevistas localizadas o entrevistas con respondientes, aquellas que incitan a dar respuestas abiertas a una serie de preguntas directivas. Se parece a la encuesta tradicional con un protocolo estandarizado, un contenido comparable entre los diferentes entrevistados y muestras relativamente grandes de los mismos (Lindlof T, 1995:171).

"La entrevista localizada difiere de otros tipos de entrevistas que podrían parecer similares superficialmente" (Merton y Kendall,1946:541). Las razones en apoyo a esta afirmación son:

- Los entrevistados han estado expuestos a una situación concreta (han visto una película; han oído un programa de radio; han leído un artículo o un libro).
- Los entrevistadores han estudiado previamente dicha situación, derivando del análisis de contenido ciertas hipótesis sobre el significado de determinados aspectos.

- La guía de la entrevista se ha elaborado a partir del análisis de contenido y las guías metodológicas.
- La entrevista se ubica en el centro de las experiencias subjetivas del entrevistado.

La ventaja de la entrevista localizada radica en la posición ventajosa que tiene el entrevistador cuando ha analizado previamente la situación objeto de la entrevista (Merton y Kendall, 1946:542). En la entrevista localizada se trata al entrevistado como sujeto, más que como informante del acontecimiento mismo (Weiss, 1994:208).

Para fines de este estudio y con base a los conceptos anteriores, se realizaron seis entrevistas localizadas posteriores a un análisis de contenido. A continuación se describe el proceso realizado en el análisis de contenido y en las entrevistas localizadas para su posterior análisis e interpretación.

Análisis de contenido

Como parte del análisis de recepción de este estudio y siguiendo la premisa de conocer la mediación, negociación y apropiación de la información política en la audiencia, se realizó un análisis de contenido de los dos noticiarios nocturnos nacionales transmitidos por televisión abierta en México. “El Noticiero”, conducido por Joaquín López Dóriga, presentado por la cadena de televisión Televisa, de lunes a viernes a las 22:30 horas y “Hechos” transmitido por Televisión Azteca de lunes a viernes a las 22 horas, conducido por Javier Alatorre.

La realización del análisis de contenido, se llevó a cabo bajo la definición de Bernard Berelson (1952:18), como "la técnica de investigación para una descripción objetiva, sistemática y cuantitativa de los contenidos comunicacionales". En esta etapa de análisis de contenido, además de los datos cuantificables de tiempo y espacio, buscamos encontrar la descripción de temas que nos permitiera categorizar la información que se presenta cada uno de los noticiarios.

El análisis de contenido se realizó en dos etapas. Primeramente durante la semana del 23 al 27 de febrero de 2004, tres semanas antes a la realización de las entrevistas localizadas, con el fin de tener un antecedente previo y mayor conocimiento de la información presentada en los noticiarios. Posteriormente, se realizó otro análisis de contenido en la semana previa a las entrevistas localizadas, durante la semana del 8 al 12 marzo, permitiéndonos realizar un análisis comparativo de la cobertura que tienen los noticiarios en cada una de la semanas noticiosas.

El análisis de contenido nos arrojo los siguientes datos:

Durante la semana del 23 al 27 de febrero en los dos noticiarios "El Noticiero" y "Hechos", la mayor parte de su tiempo aire fue destinado a tratar asuntos relacionados con la política nacional, seguido por asuntos internacionales y dedicando menor tiempo a las finanzas y economía. Sin embargo, ambos noticiarios destinan un tiempo semanal al manejo de la información con humor como lo muestran las siguientes tablas 1 y 2.

Tabla 1: Temas

Semana de 23 a 27 de febrero de 2004

Temas	El Noticiero *	Hechos *
Temas internacionales	**17 min. 17 seg.**	**16 min. 30 seg.**
Política Nacional	**1 hr. 19 min. 15 seg.**	**1 hr. 23 min.**
Finanzas	**8 min 02 seg.**	**5 min 10 seg.**
Humor	**5 min. 10 seg.**	**7 min. 30 seg.**
Otros	**47 min. 15 seg**	**48 min. 52seg.**

- tt. Tiempo total semanal.

Tabla 2 :Descripción de temas

Semana de 23 a 27 de febrero de 2004

Temas Internacionales	**Haití** **Guerrilla en Caracas y Venezuela** **Presidencia EUA**
Política Nacional	**Conflicto PVEM**
Finanzas	**Demanda a Moises Saba en la Bolsa de Valores.** **El mercado de productos libres**
Humor	**Conflicto PVEM**
Otros	**Salud** **Injusticia social** **Religión** **Espectáculos**

En la semana del 8 al 12 de marzo, tan sólo una semana después, el análisis de contenido mostró grandes cambios en los tiempos de cobertura del tiempo aire destinados a tratar los asuntos nacionales en ambos noticiarios. A continuación presentamos un cuadro comparativo de los tiempos dedicados cada semana en ambos noticiarios (tabla 3).

Tabla 3 Cuadro comparativo: Información Política Nacional

Fechas	**El Noticiero ***	**Hechos***
Semana 23 al 27 de febrero	**1 hr 19'15''**	**1 hr. 23seg.**
Semana 8 al 12 de Marzo	**2 hr 32 min. 46 seg.**	**2 hr 43 min 50 seg.**

:

*t

t: tiempo total.

En términos cuantitativos la tabla anterior muestra un incremento casi del cincuenta por ciento en cada uno de los noticiarios, dicha comparación nos permite comprender que durante la segunda semana del mes de marzo de 2004, hubo un incremento en el tiempo destinado a la política nacional, siendo un solo tema el que generó esta cobertura (tablas 4 y 5).

Tabla 4: Temas

Semana de 8 al 12 de marzo de 2004

Temas	El Noticiero *	Hechos *
Temas internacionales	**49 min.**	**1 hr. 2 min. 55 seg.**
Política Nacional	**2 hr 32 min. 46 seg.**	**2 hr 43 min 50 seg.**
Finanzas	**5 min**	**4 min.**
Humor	**4 min**	**4 min. 20 seg.**
Otros	**5 min 25 seg.**	**14 min 45 seg**

*tt: tiempo total semanal.

Tabla 5: Descripción de temas
Semana de 8 al 12 de marzo de 2004

Temas Internacionales	**Ataque terrorista en España**
Política Nacional	**Conflicto PRD**
Finanzas	**Central de abastos** **Intercambio comercial con Japón**
Humor	**Conflicto PRD**
Otros	**Salud** **Injusticia social** **Equidad de género** **Decomisos de droga**

En la semana del 23 al 27 de febrero se desencadenó una controversia en cuestiones de corrupción política en nuestro país. Sin embargo, apenas había una cierta recuperación por el espectáculo de equívocos que dio a finales de febrero un líder político

nacional cuando ya estaba otro funcionario público, llenándose los bolsillos de dinero en un video transmitido en directo.

A partir del miércoles tres de marzo de 2004, los noticiarios nocturnos fueron atípicos pues se tornaron monotemáticos, es decir, estuvieron íntegramente dedicados a un solo tema. Restando los cortes comerciales y tres o cuatro menciones dedicados a otros asuntos, estos noticiarios estuvieron enfocados a un sólo asunto, un político corrupto.

En cada uno de los noticiarios se realizó un reconstrucción cronológica del hecho que ayudó a los televidentes a comprender la magnitud del golpe al gobierno de la ciudad de México. Al inicio de la semana, de las notas presentadas en el teaser de los programas, todas estuvieron dedicadas al tema de la corrupción. El trabajo periodístico de cada uno de los noticiarios presentaron las versiones de los involucrados y de aquellos personajes políticos indirectamente relacionados, pero que algo tuvieran que decir.

A pesar de que a finales de la semana, específicamente el 11 de marzo, los sucesos terroristas en la capital española ocuparan los primeros minutos de tiempo dentro de los noticiarios, la información política y las distintas versiones de corrupción continuaban siendo el principal contenido de los noticiarios. Vale decir, que las secciones opinativas y de humor fueron protagonizadas por los actores políticos involucrados en la corrupción nacional.

Los resultados del análisis de contenido y este análisis comparativo además de proporcionar la información necesaria para la categorización, bajo el contexto político actual, nos permitió identificar si existe una mediación, negociación y apropiación de la información política por parte de la audiencia y fue el apoyo para la elaboración de la guía de entrevista realizada a seis familias que radican en la ciudad de Puebla.

En la elaboración de la guía para la entrevista se tomaron en cuenta las tres etapas de recepción consideradas para este estudio, mediación, negociación y apropiación. La guía de entrevista se realizó bajo el criterio de entrevista semi- estandarizada, la cual es considerada como un tipo de entrevista que involucra cierto número de preguntas o temas específicos predeterminados. Dichas preguntas son elaboradas por el entrevistador en un orden consistente y sistemático, sin embargo, el entrevistador puede decidir profundizar o intercambiar el orden programado (Carpenter, 1988).

Fase previa a entrevista

El resultado de la guía de entrevista fue de nueve preguntas semi- estructuradas que podrían variar según el criterio del entrevistador (anexo 2).

La selección de los informantes en este proyecto fue uno de los puntos claves, pues las familias a entrevistar se eligieron bajo el criterio sociodemográfico, utilizando una encuesta preliminar que permitió confirmar si las familias seleccionadas efectivamente pertenecen a los grupos sociodemográficos solicitados.

La encuesta preliminar o el filtro de nivel socioeconómico cuenta con una serie de preguntas. La primera sección, es en relación a el número y características del aparato de televisión con los que cuenta la familia. Posteriormente se procede a cuestionar a cerca de la cantidad de aparatos electrónicos y electrodomésticos con los que se cuenta en el hogar. En la tercera fase se solicita que mencionen el número de bombillas que tiene funcionando en las lámparas de mesa y del techo en toda la casa.

Por último en la siguiente fase se pregunta a cerca del nivel de educación que ha complementado el cabeza de familia. El nivel socioeconómico se define sumando los puntos previamente estipulados en cada una de las secciones para complementar un puntaje final, el cual determina el nivel socioeconómico definido (anexo 3).

Una vez determinado el nivel socioeconómico de la familia a entrevistar iniciamos esta fase solicitando la colaboración del informante explicándole el objetivo del proyecto, pero sin entrar en muchos detalles y sin especificar que esperamos diferencias claras entre los miembros de la familia. Además, se les asegura que todo lo que nos digan será totalmente confidencial, que no se identificara a ningún miembro de la familia, y que solo serán mencionadas las características generales.

Con cada una de las familias se estableció un fecha y un horario conveniente para que los informantes tuvieran disponibles unas dos horas de su tiempo y como se requería de la presencia de toda la familia, amablemente nos ofrecieron su casa para mayor comodidad.

Seis entrevistas localizadas

Se eligió el número de las familias con el objetivo de obtener un amplio conjunto de significados sociales a través de los discursos de los informantes, concientes de que este proyecto no pretende generalizar estadísticamente los datos proporcionados por las familias.

Las entrevistas se realizaron a seis familias con la siguiente categorización sociodemográfica, recordar que se aplico una entrevista preliminar para establecer el nivel socioeconómico.

Dos familias de clase media baja

Dos familias de clase media

Dos familias de clase media alta

Cada una de las familias tenían en promedio cuatro miembros, compuesto por los padres de familia y dos hijos. La descripción de las características generales de las familias se explica de manera detallada en anexos (anexo 4).

Las entrevistas.

Las entrevistas se realizaron durante los días miércoles 17, jueves 18 y viernes 19 de marzo a partir de las 19 horas. Dada la amabilidad de los informantes para concedernos su tiempo y acceder a participar en un estudio como el nuestro, fue necesario cumplir con las reglas básicas de puntualidad, cortesía y atención.

Las seis entrevistas fueron realizadas en la comodidad de la sala o estancia de cada uno de los hogares, sin embargo, reconocemos que en algunas ocasiones las interferencias externas, pudieron agregar alguna respuesta precipitada o con poca profundidad.

Las entrevistas tuvieron una duración aproximada de 35 a 45 minutos, cada una de ellas fueron grabas en audio caset, además de llevar un registro de notas, donde se describió todo lo relacionado con cada una de las conversaciones, las observaciones previas y durante la entrevista.

Cada una de las familias informantes nos proporciono información útil para la realización de este proyecto; sin embargo es preciso señalar que en algunas familias la forma de obtener la información se dio de distintas formas.

De nuestro registro de notas destacamos los siguientes detalles que consideramos de importancia, pues fueron distintas las formas y estrategias de guiar la entrevista.

En las seis entrevistas identificamos un punto en común. Las seis se dedicaron a responder el cuestionario de manera directa, algunas entrando en más detalles que otras, pero todas las familias con la premura de querer terminar con la entrevista.

Sin embargo, se simulaba apagar la grabadora de audio y la conversación se tornaba más fluída y con más profundidad de las preguntas ya realizadas. Con lo anterior

podemos destacar dos puntos, el primero, que la audio grabadora ocasiono que las primeras respuestas fueran precipitadas y en segundo término, que quizá hubiera sido conveniente realizar alguna estrategia previa para brindar mayor confianza a los informantes, pues el paso del tiempo en cada una de ellas nos fue otorgando de manera gradual mayor confianza.

En las entrevistas a las familias de nivel socioeconómico medio bajo, encontramos la similitud de obtener al principio respuestas con monosílabos, pero al momento de otorgar su opinión acerca de los temas regionales, las respuestas con monosílabos fueron remplazadas por respuestas más amplias y con mayor contenido. Siendo este también el caso de una adolescente perteneciente a una familia de clase media alta, pero creemos que el motivo pudo ser la falta de interés a colaborar con la entrevista o la forma propia definida a la comun apatía de un joven adolescente.

En otros temas, el uso de palabras altisonantes hacia el gobierno o la política nacional al entrar en una etapa de enojo o coraje por parte de los entrevistados, nos vuelve más subjetiva la labor de interpretación, pues estas palabras tienen un significado específico para cada uno de los informantes.

Otras diferencias, encontramos cuando nos percatamos de la participación política o afiliación a cierto partido, pues la conversación se tornaba más fluida y cada informante defendía sus ideologías partidistas, sin necesidad de la continua participación del entrevistador.

Estas fueron algunas de las características que enriquecieron la labor del entrevistador, pues se vuelve más compleja la labor al encontrar diferencias que evitan la monotonía de la entrevista y le otorgan particularidad a cada una de las familias entrevistadas.

Los dos días siguientes a las entrevistas, 20 y 21 de marzo se realizaron las transcripciones de las entrevistas para proceder a la interpretación de la información proporcionada. y llegar a nuestro punto de análisis: conocer la mediación, negociación y apropiación de la información política por parte de la audiencia.