



LA REPRESENTACIÓN MEDIÁTICA SOBRE LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN BAJA CALIFORNIA

THE MEDIA REPRESENTATION ON HIGHER EDUCATION IN BAJA CALIFORNIA

Ángel Manuel Ortiz Marín

mortiz@uabc.edu.mx

<http://orcid.org/0000-0002-1849-4649>

Facultad de Ciencias Humanas
Universidad Autónoma de Baja California (UABC)
México

Victoria Elena Santillán Briceño

vicky@uabc.edu.mx

<http://orcid.org/0000-0001-7293-8055>

Esperanza Viloría Hernández

esperanzaviloría@uabc.edu.mx

<http://orcid.org/0000-0001-7558-6593>

Heidy Anhely Zúñiga Amaya

heidy.zuniga@uabc.edu.mx

<http://orcid.org/0000-0002-2168-6465>

Joel Eduardo Valdez Partida

eduardo.valdez19@uabc.edu.mx

RESUMEN

En el escenario de las políticas públicas, la educación constituye uno de los procesos clave para el desarrollo de cualquier país, junto al cuestionamiento de su calidad que condiciona su real incidencia en el cambio social. Parteaguas que gesta el interés de reflexionar acerca de lo que se dice o se sabe de la educación, particularmente de la de orden superior, a partir de la intervención de los medios impresos. Frente a esto, surge el interés de un estudio posicionado en el proyecto del Observatorio Global Mediático de la Frontera Norte de la UABC y de analizar, desde la mirada de la *agenda setting*, las noticias publicadas por los diarios de mayor circulación de la localidad de Mexicali.

PALABRAS CLAVE

educación superior, medios impresos, representaciones, *agenda setting*

ABSTRACT

In the scenario of public policies, education is one of the key processes for the development of any country, together with the questioning of its quality that determines its real impact on social change. It promotes interest in reflecting on what is said or known about education, particularly the higher order, from the intervention of print media. Faced with this, the interest of a study positioned in the project of the Observatorio Global Mediático de la Frontera Norte de la UABC arises and of analyzing, from the perspective of the *agenda setting*, the news published by the newspapers of greater circulation of the locality of Mexicali.

KEYWORDS

higher education, print media, representations, *agenda setting*

RECIBIDO

14 | 07 | 2016

ACEPTADO

03 | 10 | 2016

LA REPRESENTACIÓN MEDIÁTICA SOBRE LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN BAJA CALIFORNIA

Por Ángel Manuel Ortiz Marín, Victoria Elena Santillán Briceño,
Esperanza Viloría Hernández, Heidi Anhely Zúñiga Amaya
y Joel Eduardo Valdez Partida

En la actualidad existe una diversidad de aspectos de la realidad de los que se requiere averiguar con mayor profundidad y detalle su funcionamiento y su dinamismo. En esta línea de escrutinio se encuentran distintas instituciones y procesos, entre los que destaca, de manera significativa, la Educación Superior. Su relevancia deriva, por una parte, de ser el espacio centrado en la formación de los individuos para el ejercicio de una profesión o de la investigación, y, por otra, de su responsabilidad social de formar de manera sistemática y rigurosa ciudadanos conscientes de su compromiso a favor de la construcción de una sociedad más digna (Santillán Briceño & Viloría Hernández, 2015).

Pero ¿qué es lo que hace que sea importante observar a la Educación Superior? Una de las razones, como se ha señalado, deriva de su función como proceso o como acción pública; la otra, se relaciona con el análisis y con la información que la toma de decisiones en materia educativa exige. Lo contrario, basar tales laudos en datos

insuficientes o poco confiables, puede generar efectos improductivos. Esto plantea otra pregunta, ¿cómo reunir o cómo obtener información certera que sea oportuna y útil para asumir dichas decisiones? Una opción es la implementación de una estrategia para acceder a la información y el conocimiento verídico y disponible respecto a un tema o fenómeno social, como propone Noel Angulo Marcial (2009).

En esta procuración y preocupación es que surgen los observatorios como sistemas de información que tienen como objetivo principal impulsar o vigilar un proceso, una política, una institución, un tema o un actor específico (Angulo Marcial, 2009). Acto en el que a partir del observatorio se observa y se evalúa desde afuera, lo que le otorga a las observaciones producido cierto grado de libertad y de imparcialidad. Sin embargo, aun cuando esta función investigativa es clara, homogénea y compartida –examinar la realidad o, como señala Husillos (2006), estudiar con atención, advertir, darse cuenta o hacer notar algo–, lo relacionado con sus propósitos, la observación que procura, los elementos a observar, los criterios que guían la realización de la observación, así como la manera de llevarla a cabo, no en todos los casos es común y precisa. Aun así, cabe reconocer que estas diferencias consienten variaciones y ampliaciones interesantes en los estilos, los alcances, los métodos y las estrategias para efectuar la reunión de información a través de una rigurosa observación. Puede decirse que en conjunto se trata de componentes que particularizan la identidad del observatorio, su orientación, el sentido de la información producida, además de otorgar cierta independencia para sugerir, para recomendar o para proponer acciones.

Entre este tipo de estrategias de examinación de la realidad social se encuentra el Observatorio Global Mediático de la Frontera Norte (Observa/frontera) de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC), que surge del interés de un grupo de académicos y de investigadores motivados por recuperar de manera sistemática elementos mediáticos que, de manera imparcial y verificable, den cuenta del acontecer social, político, cultural, ambiental y educativo en México, en específico, en Baja California.

Al respecto, el enfoque de la *agenda setting* o el establecimiento de la agenda (Park, 1969; Lippmann, 1969; McCombs & Shaw, 1972), al centrarse en el análisis del proceso de producción de noticias, incluida la labor de los periodistas y de la propia empresa de medios, proporciona los argumentos y los fundamentos apropiados para comprender el impacto mediático de la prensa a partir de las tendencias de cobertura noticiosa

que determina no solo los temas sobre los cuales han de hablar los lectores, sino también su importancia.

Para dilucidar de acuerdo a las notas analizadas la relación entre la agenda noticiosa, particularmente la de los medios de orden impreso –periódicos–, con la representación mediática que sobre el tema de Educación Superior difunden, se comparten a continuación elementos de referencia que caracterizan a los observatorios. Además, se retoman de manera breve algunos planteamientos teóricos de la *agenda setting* que argumentan sobre el efecto o sobre la influencia de los medios en la gente. Asimismo, se exponen los resultados derivados del análisis estadístico de las notas periodísticas recuperadas. A su vez, estos tres componentes se articulan a lo largo del texto a partir del planteamiento de preguntas guía, para hacer evidente la relación entre observatorio, Educación Superior, agenda noticiosa –temas– y representación mediática.

¿POR QUÉ SON IMPORTANTES LOS OBSERVATORIOS?

El término observatorio se populariza en el campo de las ciencias sociales en 1962, a partir del planteamiento de Robert Wood de considerar a las políticas como fenómenos científicos susceptibles de ser observados. En su opinión, los observatorios son estaciones de campo o de información y de monitoreo de científicos y académicos. Natividad Enjuto (2008) comparte la idea y subraya la naturaleza colectiva de los observatorios, en tanto entidades creadas por un colectivo que sigue el desarrollo de un fenómeno.

Pero no es hasta la década del noventa que los observatorios adquieren relevancia para convertirse en una moda, lo que ha ocasionado que múltiples y diversas organizaciones sociales y académicas generen espacios interdisciplinarios orientados a la exploración y al seguimiento de distintos temas (Téllez García, 2003). No obstante, y de acuerdo con Angulo Marcial (2009), en la actualidad, en las ciencias sociales el término observatorio es aún confuso debido a la falta de consenso, y pudiera decirse que tal disensión parece estar relacionada con lo que el concepto puede incluir pero, también, con lo que puede excluir.

Una buena pista para avanzar en la delimitación conceptual de los observatorios está en retornar al origen etimológico de esta palabra, como sugiere Jesús Husillos (2006). *Observare* hace referencia al hecho de examinar o de estudiar con atención, de advertir

o de darse cuenta de una cosa, de hacer notar o de señalar; posibilidades que están asociadas, además, a un lugar que se considera apropiado para hacer observaciones. Se trata de una noción que, de acuerdo con el autor, reconoce dos ideas: la primera, relacionada con el almacenamiento de información y con la elaboración de informes; y la segunda, con la promoción de la reflexión y de la comunicación.

En el espíritu de lograr identificar las funciones o las encomiendas que ayuden a definir las características de estos espacios o de estas estructuras denominadas observatorios, y que a su vez, posibiliten su distinción de otras entidades, varios autores y organismos insuman perspectivas e intenciones razonables a la dilucidación. Por ejemplo, Ana María Urdapilleta Meza (2006) pondera que la finalidad de un observatorio está centrada en la evaluación y en el seguimiento de diversas problemáticas y fenómenos sociales, además de constituir el lugar apropiado para llevar a cabo la observación y, de esta manera, posibilitar una visión amplia de la realidad. De acuerdo con la autora, una definición nominal de observatorio se ajusta a la idea de un «conjunto de estructuras que permiten obtener una visión amplia de la evolución de determinados fenómenos y acontecimientos sociales» (Urdapilleta Meza, 2006: 2). Otra conceptualización anota: «Es un punto de enfoque, una atalaya digital desde la cual se observa un objeto o situación. Al mismo tiempo, se le concibe como un mecanismo de monitoreo de tendencias detectables en su ámbito de observación» (Ortuño, 2006: 3).

Por su parte, el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) agrega a la revisión de los observatorios el cariz de la conversión de los datos en información y, se puede agregar, con su consecuente comunicación o divulgación. Esto podría implicar que la recopilación sistemática y permanente de datos no es suficiente, es necesario que estos se traduzcan en información importante y útil, como podría ser, para la toma de decisiones y para el planteamiento de acciones de intervención. Puede decirse que esto es lo que legitima la razón de vigilancia de estos espacios de investigación. Al respecto, habría que

no perder de vista que la observación ocurre en un lugar específico, por lo tanto, es parcial, es propia de una realidad; como anota Germán Rey Beltrán (2003) no es única, ni completa ni tampoco definitiva; la información derivada de observar corresponde a un particular lugar de comprensión, está abierta a la confrontación con otras miradas, otras observaciones, otras imágenes, otras lecturas y otras perspectivas.

Mauricio Phélan Casanova (2007) y Carlos Gregorio (2007) coinciden en la obligación que tienen los observatorios de transformar los datos en información, de manera que las observaciones aporten elementos de decisión, y advierten que son las herramientas estadísticas las que apoyan la transformación de estos en indicadores significativos. De igual manera, los autores reconocen que los observatorios aparecen para sumarse a otros instrumentos a fin de fortalecer y de ampliar el análisis de diversos temas o problemas de la realidad social, para lo cual hacen uso de una diversidad de métodos y de técnicas de recolección. Sin perder de vista que la proliferación de este tipo de espacios de examinación sucede coyunturalmente en el tiempo de una intensa y desbordada irrupción por el uso y por el acceso tecnológico y cibernético que le agrega novedad e innovación a los observatorios en el desarrollo de sus funciones principales –observación, evaluación y seguimiento–, lo que anima a que la figura de un observatorio pueda instalarse, como lo refiere Angulo Marcial (2009), desde en un portal o un sitio web, hasta en un instrumento de análisis, siempre y cuando permita la observación.

Cabe advertir, entonces, que esta posibilidad de emigración masiva al ciberespacio, no solo de los observatorios sino también de los medios de comunicación, es un éxodo del cual, los anteriormente denominados medios impresos –periódicos– no se han salvado, ya que en la actualidad los periódicos han actualizado sus formatos transitando a la versión electrónica de sus emisiones para su consulta directa en el portal, lo que suma la innovación de permitir observar los fenómenos en el ciberespacio a través de las propias herramientas del ciberespacio, que innegablemente añade, amplía y diversifica las formas de observar de los observatorios; lo mismo que los tipos de observaciones o los datos, así como también los fenómenos o los objetos de estudio para, de igual manera, abrir la oportunidad al diseño de nuevos modelos teóricos y metodológicos para la investigación y para el estudio de la realidad social.

Es, justamente, en esta línea que Jefferson Thompson (2002), en desacuerdo con las definiciones de alcance general, sugiere que, si esta condición es necesaria, se elaboren conceptos servibles a los propósitos de la observación y del observatorio en cuestión. Aunque, al parecer, esta consideración del autor es pertinente, en el abanico de las posibles variaciones conceptuales, es posible identificar *de facto* cinco visos característicos de la observación en los observatorios: vigilar, examinar, seguir, evaluar, explorar, escudriñar y advertir fenómenos sociales en un contexto; buscar y sistematizar datos e información verídica acerca del o los fenómenos de interés;

discriminar la relevancia de los datos y de la información reunida; organizar u ordenar la información de modo coherente; y presentar y divulgar la información de manera clara y descriptiva.

Si en este punto se retoma la pregunta inicial, ¿por qué son importantes los observatorios?, es conveniente puntualizar que esta se encuentra determinada por una conjunción de aspectos y de circunstancias cuya combinación hace necesario disponer de espacios concentrados en el monitoreo, la recopilación, el análisis y la interpretación que validen el comportamiento y la evolución de diversos procesos sociales. Entre estos aspectos se cuentan las nuevas modalidades de expresión y de socialización detonadas por el uso ampliado de las tecnologías de la información y la comunicación, y sus múltiples artefactos, entre los que destacan Internet y las redes sociales, sin obviar la actualización o la modernización en la que los medios de comunicación masiva (MCM) se han comprometido. Como consecuencia, los usuarios reclaman nueva y diferente información, así como, también, formas de ser informados.

Con frecuencia, la distorsión o la desfiguración de la información ha contribuido de manera significativa en este reclamo, adicional a la invisibilidad de ciertos temas y actores, junto con el sobredimensionamiento social de los MCM, que se acompaña de un mal uso del lenguaje; de la editorialización excesiva sin sustento informativo; de la exclusión de temas de relevancia pública en la agenda de los medios; de la falta de pluralismo; de la limitada disposición a la autocritica, así como de la falta de principios éticos (Herrera Damas, 2006). Estos son, entre otros, algunos de los puntos que no han pasado desapercibidos para los propios observatorios. Rey Beltrán (2003) precisa que frente a un periodismo de este tipo es que se espera una mejor información, más equilibrada, analítica y de claros significados sociales.

De ahí la importancia de la labor de los observatorios a razón de un serio cuestionamiento de estos y de otros entuertos, aunada la posibilidad de dar cuenta de los problemas de credibilidad y de calidad informativa propios del modelo informativo endógeno –ajeno a las necesidades interpretativas de la comunidad– que rige a los MCM (Herrera Damas, 2006; Rey Beltrán, 2003). Al respecto, la teoría de la *agenda setting* aporta elementos válidos de racionalidad.

¿QUÉ CONOCEMOS DE LOS OBSERVATORIOS MEDIÁTICOS UNIVERSITARIOS?

Es innegable el crecimiento que en los últimos años ha tenido la oferta educativa en el nivel superior. Instituciones públicas y privadas se ocupan de ofrecer programas educativos que respondan a las necesidades y a las demandas de la sociedad. Pero, también, es innegable que este crecimiento no puede dejar de ser observado, estudiado y analizado. Al respecto, uno de los ámbitos más atrayentes para observar son los MCM, pues mediante ellos transita, en gran medida, el devenir cotidiano de la sociedad contemporánea.

María del Mar Rodríguez Rosell y Beatriz Correjero Ruiz (2008) comparten la idea de que los observatorios han proliferado como prácticas que describen o que exploran algún entorno a través de distintas temáticas. Sin embargo, otros más se han convertido en verdaderos agentes de responsabilidad social, donde académicos –en su gran mayoría– dan seguimiento a determinadas problemáticas desde sus universidades, al trabajar en pos de brindar soluciones y no solo como informadores de una realidad social.

A partir de esta perspectiva, Ernesto González (2009) defiende que tres de los objetivos significativos de los observatorios de la Educación Superior consisten en: 1) sensibilizar a los ciudadanos sobre la responsabilidad que la universidad tiene para la sociedad en su conjunto, 2) difundir información actualizada de los avances, pero también de los retrocesos de la Educación Superior, principalmente en los países latinoamericanos, y 3) divulgar las experiencias no solo académicas, sino también culturales y sociales, que han sido exitosas en sus universidades.

Un ejemplo de ello es el Observatorio de Responsabilidad Social Universitaria (RSU) de Colombia, que nace en 2007 con el argumento de que la universidad no puede, ni debe, mantenerse ajena de la responsabilidad social; es decir, que su función primordial es formar ciudadanos que contribuyan al bien común y que una vez que egresen tengan como objetivo anticiparse a las necesidades de su comunidad. ¿Cómo lo hace? Después de un proceso de observación y de discusión, los académicos socializan a través de prácticas institucionales algunos proyectos concretos, como sucede con Adiós a las armas, «un programa artístico y de formación jurídica sobre el tema de las minas antipersona» (González, 2009: 5).

En México, la presencia de observatorios mediáticos universitarios también ha ido en aumento. Si bien algunos no concluyen en actividades o en ejercicios prácticos, como el RSU de Colombia, estos observatorios funcionan mediante la cobertura de medios nacionales, regionales y locales. De ahí que el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) tuviera, en 2012, la iniciativa de conformar, entre las instituciones miembros del Consejo, la Red de Observatorios Mediáticos (ROM-CONEICC). La red se compone tanto de universidades públicas como privadas, algunas con larga trayectoria en la labor de observar y otras de reciente formación, pero todas con el compromiso de participar de la observación de la realidad social mexicana, desde la perspectiva de la comunicación.

¿CUÁLES SON LOS DISPOSITIVOS BÁSICOS QUE LA AGENDA SETTING PROPONE?

Los MCM, en sus diferentes formatos y desde la diversidad de acontecimientos que relatan, se posicionan respecto de dichos hechos o sucesos a fin de incidir en la agenda de las personas. Ya Manuel Martín Serrano (1977) refiere que los medios operan, según el conflicto por informar, desde la mediación cognitiva, pues al documentar el nuevo acontecer, que rompe con la cotidianeidad y que compromete la normalidad social, los medios de comunicación tiendan a ajustar el nuevo relato del hecho a las normas y a los valores socialmente legitimados.

Abordar la condición mediática de los procesos periodísticos posibilita su explicación a partir de varias teorías y, para ello, una de las más representativas es la *agenda setting*, desarrollada ya hace varias décadas por Maxwell McCombs y Donald Shaw (1972), y continuada, entre otros, por especialistas como Everett Rogers y James Dearing (1988), Donald Shaw y Shannon Martin (1992), y Dietram Scheufele (2000). El postulado central de esta teoría es que «the mass media set the agenda for each political campaign, influencing the salience of attitudes toward the political issues»¹ (McCombs & Shaw, 1972: 177), de ahí que los MCM, sean electrónicos o impresos, a partir de las temáticas y de los propios actores que visibilizan en el espacio público, pueden asumir sus posiciones acorde a las perspectivas de los acontecimientos que promueven.

Por otra parte, las agendas de los MCM pueden componerse de un conjunto igual de amplio que la propia actividad social, política, económica, cultural, ambiental o educativa puesta en marcha durante amplios períodos de producción noticiosa. Sin embargo, es

notorio que el énfasis de los estudios relacionados con la *agenda setting* demuestra la preferencia de los medios por destacar los grandes temas públicos. La evidencia que justifica tal acentuación es que en la medida en la que dichos temas sean lo suficientemente notorios mediáticamente existe la posibilidad de que sean priorizados por las audiencias (McCombs & Bell, 1996; McCombs & Reynolds, 2002). Igual subrayado ocurre con los propios actores públicos y los valores que representan, que suelen ser sobredimensionados con la finalidad de destacar sus virtudes o sus defectos, según sea el caso.

Otro rasgo significativo de la *agenda setting* ocurre cuando los MCM al presentar un objeto acentúan, positiva o negativamente, sus atributos. Para los efectos de la visibilidad mediática (Thompson, 1997) es notoria la forma en la que se destacan los atributos de los actores y/o las instituciones a las que se adscriben como estrategia de promoción, pero también de denostación del adversario político.

En estos dos ámbitos, los de mayor representatividad de esta teoría, se hacen evidentes los dos niveles en que opera. El primer nivel, acontece mediante la prominencia del objeto; el segundo, es la prominencia del atributo de dicho objeto (Shaw & McCombs, 1977). Este nivel se vincula, fuertemente, con otro concepto teórico del análisis de los medios, el *framing* o encuadre (McCombs & Evatt, 1995; Scheufele, 1999; Reese, Gandy & Grant, 2001). El concepto hace referencia al proceso de selección y de prominencia. Al prestar atención a ciertos aspectos, a expensas de otros, y al sugerir ciertas soluciones o respuestas, en lugar de otras, los mensajes de los MCM influyen en algo más que en los temas, en particular en el modo en el que la gente piensa –imagen o representación– sobre esos temas. El proceso es semejante en lo que se refiere a otros aspectos de la agenda noticiosa (McCombs & Evatt, 1995).

En síntesis, la *agenda setting* como componente teórico permite ordenar o dar prioridad a algo más que a los simples temas. Incluye los aspectos de los temas, las ideas y los actores. De esta manera, la aplicación más amplia de este modelo se vincula con la noción de *framing*, con la elección de los temas –importancia, orden y manera de transmitirlos– por los MCM y, en este sentido, con la regulación de los temas sobre los cuales la gente habla o discute. Según esta teoría, mediante la difusión de información se ejerce influencia real y significativa sobre la opinión de las personas y se pone de manifiesto la capacidad real de la prensa para determinar los temas sobre los que la gente habla o, lo que es lo mismo, que los temas sobre los que la gente habla son los temas tratados –difundidos– por los medios. Planteado así, son los MCM los que crean

la agenda noticiosa al ordenar la información por medio de la selección de los temas sobre los que se discute. Los MCM contribuyen, así, a la construcción de la realidad por parte de las audiencias al incidir en la forma de pensar y de interpretar los acontecimientos sociales.

De esta manera se puede explicar cómo el periodismo es una expresión del poder simbólico (Tuchman, 1983), pues suele estar representado por agentes de capital que poseen los medios de producción de información con lo que es posible tener el control del conocimiento colectivo (Kendall, 2005; Martín Serrano, 1977).

¿CÓMO CONOCER LO QUE SE SABE O LO QUE SE DICE SOBRE LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN LA PRENSA DE BAJA CALIFORNIA?

Con el propósito de averiguar lo que los medios impresos, en específico, los diarios de mayor circulación de la localidad de Mexicali, *La Crónica* y *La Voz de la Frontera*, publican acerca de la educación, se efectuó un análisis posicionado en el proyecto del Observatorio Global Mediático de la Frontera Norte (Observa/frontera) de la UABC, centrado en describir la agenda construida por estos diarios durante 2015, particularmente, en torno al tema de la Educación Superior, a partir de recuperar y de sistematizar las notas periodísticas publicadas.

Tal esfuerzo tiene su origen dentro del proyecto de Observa/frontera que surge en la Facultad de Ciencias Humanas en respuesta a la creciente importancia que en las sociedades modernas asumen las representaciones mediáticas en la construcción de la realidad, y de la necesidad de contar con elementos objetivos, sistemáticos y verificables acerca de los productos mediáticos. El Observatorio Global Mediático de la Frontera Norte de México (Observa/frontera) se crea, pues, con el objetivo de observar para la investigación, la divulgación y la documentación de materiales impresos y audiovisuales, en áreas temáticas representadas mediáticamente en torno al espacio fronterizo, y con la finalidad de participar con la ROM-CONEICC que, en el marco del CONEICC, realiza estudios comparativos en torno a las temáticas sociopolíticas, socio-culturales, socioambientales y socioeducativas.

Desde esta perspectiva, resulta significativo y se propone el análisis mediático de la Educación Superior, al constituir un proceso cuyas implicaciones económicas, políticas y sociales tienen peso significativo en la cotidianidad social y en las expectativas

que en esta materia plantea el gobierno. Lo que enfatiza la necesidad y la pertinencia de realizar una revisión que permita identificar los temas que los periódicos escogen publicar en sus notas –agenda noticiosa–, la opinión o la información que los medios divulgan a partir de dichas notas periodísticas y la representación mediática difundida por los periódicos de la localidad respecto de la Educación Superior. Fundamentalmente, se busca dar respuesta a cuatro preguntas centrales de investigación: ¿cuántas notas publican los periódicos de la localidad acerca de la Educación Superior? ¿Qué temas privilegia la prensa sobre la Educación Superior? ¿Cuál es la agenda noticiosa de dichos periódicos respecto a la Educación Superior? ¿Qué tipo de notas son publicadas por los periódicos en relación con la Educación Superior?

¿QUÉ METODOLOGÍA FUE UTILIZADA?

Uno de los aspectos sustantivos para el trabajo científico de un observatorio, en este caso de medios, es definir con claridad y con sistematicidad la metodología utilizada para el análisis de las representaciones mediáticas que pretende documentar. Para los efectos del análisis que Observa/frontera lleva a cabo, se prioriza el nivel abordado por los temas más sobresalientes, junto con componentes como el género periodístico preferentemente utilizado, las fuentes informativas consultadas, los valores asignados a las notas, los personajes, el espacio periodístico concedido a cada información, la frecuencia de las notas en cada diario y su posicionamiento.

Además, se clasifican las rutinas profesionales como: Rutinas de selección y Tratamiento de la información, y Rutinas de recolección, con la finalidad de facilitar la obtención y la presentación de datos que luego serán transmitidos como información y como reconstrucción de la realidad o del acontecer acerca de lo comunicado (Tuchman, 1983). Este aspecto, poco atendido por el análisis, permite reconocer la forma del género periodístico en la cual son presentadas las notas informativas. Esta postura implica observar a los MCM –las prácticas cotidianas del ejercicio periodístico– desde los espacios o las esferas de lo político, lo ideológico, lo educativo y lo sociocultural.

De este modo, es posible reconocer que los MCM no solo reflejan el acontecer sino que, en diversos momentos, plasman y construyen realidad referente a una problemática específica y es a través del análisis de la prensa escrita –para el caso de estudio, los

diarios bajacalifornianos–, que se destaca desde las representaciones mediáticas su incidencia sobre las temáticas referidas. De ahí la importancia de que los códigos utilizados para la representación mediática del mundo se mantengan estables, a pesar de que el contenido del relato de los acontecimientos cambie o sea distorsionador de la normalidad (Martín Serrano, 1977).

La metodología fue un rasgo del proyecto al cual se le dedicó suficiente tiempo. Para definir el modelo que se emplearía se exploró, particularmente, la teoría de la *agenda setting*, propuesta por McCombs y Shaw (1972) y, como técnica, el análisis de contenido de corte funcionalista que data de los trabajos de Bernald Berelson en los años cincuenta. Finalmente, el modelo utilizado para el trabajo de análisis y de registro de las representaciones mediáticas fue el propuesto por Laurence Bardin (1996).

En el proceso de análisis se diseñó un protocolo de investigación ex profeso: en una primera instancia, se elaboró un marco referencial que dio cuenta de las principales características de los diarios seleccionados para el análisis del contenido periodístico; en un segundo momento, se determinaron en el manual de códigos del software Laserfiche ciertas categorías analíticas –temáticas– consideradas significativas para la observación de la Educación Superior en Baja California a través del registro y del análisis de las notas periodísticas; en un tercer momento, se aplicó una metodología con un enfoque cuantitativo para el análisis del contenido de los diarios seleccionados en referencia a las categorías y a la temática consideradas (Krippendorff, 1990).

Metodología		Método con referencia al análisis de contenido, privilegiando el enfoque de la <i>agenda setting</i> (McCombs, 1972) para potenciar la acción en su técnica «representacionalista» con inferencia al emisor o a la fuente periodística a través de sus rutinas profesionales.
Tipo de Investigación	Cuantitativa	Refiere a las diversas problemáticas sociales identificadas al estudio de las temáticas sociopolíticas desde el análisis de contenido (Krippendorff, 1990).
Técnica	Análisis de Contenido	En la producción de mensajes en sus aspectos científico, cultural y técnico se utilizó el modelo de Bardin (1996). Para ello se elaboraron formatos de hojas de codificación y un manual de códigos que facilitó la forma de registro de las notas periodísticas.

Ficha protocolo	Ex – profeso*	Ficha de análisis de Baja California: Dr. Ortiz (2009). Representaciones mediáticas de la realidad sociopolítica. Facultad de Ciencias Humanas de la UABC. Para la captura de la información de los diarios bajacalifornianos se utilizó el software Laserfiche.
Muestra	Región	Frontera norte de México.
	Ciudades	Mexicali y Tijuana, Baja California.
	Medio	1. Periódico <i>La Crónica</i> de Mexicali 2. Periódico <i>La Voz de la Frontera</i> de Mexicali
	Secciones y géneros periodísticos	Por secciones en <i>La Crónica</i> : local, regional y estatal. Por <i>La Voz</i> : general y regional. Por <i>Frontera</i> : local, regional y estatal Por <i>El Mexicano</i> : la Sección Tijuana, general y regional. El objeto del análisis fue la información periodística de temáticas referidas a lo socioeducativo. Se analizan los géneros de opinión, interpretativos e informativos; se codifican las fuentes declarantes y su representación institucional, así como su integración discursiva y su representación gráfica.
Cuota/Aleatoria	Muestra seleccionada	Una muestra aleatoria anual de 187 días.
Explotación estadística		El programa Excel 2007 se utilizó para explicar el contenido de la base de datos empleándose los siguientes estadígrafos: frecuencias y tabulaciones cruzadas. Los datos de los resultados son expuestos en números fijos.
* Dr. Ortiz Marín, Ángel Manuel, Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Autónoma de Baja California.		

En tanto, la hipótesis que guió el estudio declara que los diarios *La Crónica* y *La Voz de la Frontera* de Mexicali en los temas sobre Educación Superior reproducen las agendas nacionales y los fenómenos políticos locales, asumiéndose como voceros de los grupos de poder en los ámbitos económicos y políticos.

¿QUÉ DICEN LOS PERIÓDICOS ANALIZADOS SOBRE LA EDUCACIÓN SUPERIOR?

Se presentan, a continuación, algunos de los resultados obtenidos a partir del examen de las notas publicadas por los periódicos considerados –los dos diarios de mayor circulación de la localidad– conforme a la muestra establecida, que dan cuenta de los temas difundidos –agenda construida– acerca de la Educación Superior, a partir del análisis estadístico y de contenido de las notas investigadas en el reconocimiento de la valoración, de los espacios, de los actores y de los tópicos comunicados.

El número total de notas publicadas durante 2015 sobre el tema Educación Superior en los dos periódicos considerados fue de 39; de ellas, el 61,6 por ciento corresponde a *La Voz de la Frontera* y el 38,4 por ciento a *La Crónica* [Tabla 1]. Al considerar ambos diarios, se observa que el tema 5004, relacionado con las acciones de las instituciones particulares de Educación Superior en la competitividad académica (28,2 por ciento), y el 5013, correspondiente a las notas sobre los procesos y las acciones que las instituciones públicas llevan a cabo (43,6 por ciento), son las dos categorías de mayor exposición periodística [Tabla 2].

Tabla 1. Notas publicadas

Periódico	Notas	Porcentaje
<i>La Crónica</i>	15	38,4
<i>La Voz de la Frontera</i>	24	61,6
Total	39	100,0

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Temas de las notas publicadas por periódico

Temas/Periódico	La Crónica		La Voz de la Frontera	
	Notas	Porcentaje	Notas	Porcentaje
5002 - Políticas en educación superior y cobertura por las instituciones públicas	1	2,6	5	12,8
5003 - Oferta y demanda del sector público en la educación superior	4	10,2	0	0
5004 - Acciones de las instituciones particulares en educación superior en la competitividad académica	5	12,8	6	15,4
5009 - Profesionalización de la planta docente (formación docente, posgrado, evaluación del desempeño)	0	0	1	2,6
5013 - Otros temas	5	12,8	12	30,8
Total	15	38,4	24	61,6

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la frecuencia de publicación, las notas quedaron concentradas en mayo, con un 15,4 por ciento, y en octubre, con un 18 por ciento, en el periódico *La Voz de la Frontera*. En ambos diarios, son los meses medios, así como los de inicio de año, los que cuentan con una proporción mínima, o bien nula, de informaciones acerca de la Educación Superior; no así en el último mes del año, que reporta el 12,8 por ciento de las notas, nuevamente, a partir de la intervención de *La Voz de la Frontera*.

Luego, entonces, es posible apreciar variaciones en la frecuencia de publicación en función del periódico. En el caso de *La Crónica*, son marzo y septiembre, con un 10,3 por ciento, los meses en los que se publicó el mayor número de notas; para *La Voz de la Frontera*, en tanto, estos meses corresponden a octubre (18 por ciento), mayo (15,4 por ciento), y abril y diciembre (12,8 por ciento) [Tabla 3]. Esto significa que en la agenda noticiosa de este último diario, el tema, proporcionalmente, tiene mayor representación mediática, ya que en promedio durante 2015 *La Crónica* publicó 1,2 notas por mes y *La Voz de la Frontera* 2 por mes, condicionando una mayor presencia en los lectores de la localidad. En parte, este comportamiento periodístico puede estar asociado con procesos particulares de las Instituciones de Educación Superior (IES), como

realización de diversos eventos académicos, procesos internos relacionados con la reforma de estatutos, reconocimiento de la calidad y la competitividad académicas de algunas de estas instituciones, oferta de nuevos programas educativos, situación económica y académica de ciertas universidades, informes y procesos de sucesión de autoridades, manifestaciones, entre otros.

Tabla 3. Frecuencia de notas publicadas (por mes y por periódico)

Mes/Periódico	La Crónica		La Voz de la Frontera	
	Notas	Porcentaje	Notas	Porcentaje
Enero	1	2,6	0	0
Marzo	4	10,3	0	0
Abril	2	5,13	5	12,8
Mayo	0	0	6	15,4
Julio	0	0	1	2,6
Septiembre	4	10,3	0	0
Octubre	3	7,7	7	18
Noviembre	1	2,6	0	0
Diciembre	0	0	5	12,8
Total	15	38,4	24	61,6

Fuente: Elaboración propia

Otro rasgo interesante de identificar es sobre qué personajes de la Educación Superior se habló en los periódicos y sobre qué aspectos se lo hizo. De las 39 notas analizadas, en 37 de ellas (94,8 por ciento) los personajes centrales referidos fueron los intelectuales, los académicos o los científicos, mientras que en las 2 restantes (5,2 por ciento) se reportaron las declaraciones de un personaje del sector empresarial y de un funcionario del sistema de educación. En cuanto a qué se dijo de estos personajes o cuáles fueron los temas en los que se habló de ellos, de manera significativa, sobresalen

dos: la categoría 5013, que incluye las noticias que hacen referencia a los procesos y a las acciones realizadas por las IES públicas (41 por ciento) y la categoría 5004, que corresponde a las acciones de las IES particulares en la competitividad académica (28,2 por ciento).

Esto sugiere que el conocimiento y la información que los periódicos difundieron sobre Educación Superior se relaciona, de manera reiterada y enfática, con el desarrollo de las actividades o con el desempeño de los intelectuales, los académicos o los científicos de las IES, así como de los productos académicos y científicos alcanzados por estos personajes protagonistas de la educación. Tal es el caso de la intervención en proyectos de investigación de alcance nacional e internacional, las fortalezas académicas y científicas con las que colaboran en las universidades, el reconocimiento a la capacidad académica de los investigadores y/o académicos, la participación en estancias o en acciones de intercambio con otras instituciones, la colaboración de destacados personajes del ámbito científico y académico en las IES de la localidad, el desarrollo de acciones de impacto social, la preparación y el acompañamiento de estudiantes para su participación en distintos eventos académicos, entre algunos otros [Tabla 4]. Por el contrario, escasamente, los periódicos publicaron información relacionada con la profesionalización de la planta docente, con la oferta y la demanda de Educación Superior, o con las políticas públicas en materia educativa, por lo que también es de lo que menos supieron los lectores por medio de los diarios.

Tabla 4. Personajes en las notas publicadas por tema

Temas/Personajes	Intelectuales, académicos, científicos		Otros	
	Notas	Porcentaje	Notas	Porcentaje
5002 - Políticas en educación superior y cobertura por las instituciones públicas	5	12,8	1	2,6
5003 - Oferta y demanda del sector público en la educación superior	4	10,2	0	0
5004 - Acciones de las instituciones particulares en educación superior en la competitividad académica	11	28,2	0	0
5009 - Profesionalización de la planta docente (formación docente, posgrado, evaluación del desempeño)	1	2,6	0	0
5013 - Otros temas	16	41	1	2,6
Total	37	94,8	2	5,2

Fuente: Elaboración propia

Además de los personajes sobre los que se habló en los periódicos, identificar la fuente en la denominación de la organización a la que representan quienes compartieron opinión acerca del tema, y en qué cuestiones lo hicieron, constituye otro elemento relevante de análisis.

Sin dejar de ser los temas 5013 y 5004 los más ampliamente comentados, se observa que los interlocutores que en las notas emitieron opiniones y realizaron comentarios son múltiples y diversos [Tabla 5]. Sin embargo, las tres principales organizaciones personificadas en las noticias difundidas fueron el Centro de Estudios Tecnológicos y Superiores (CETYS), con un 23 por ciento, y la UABC y el diario *La Voz de la Frontera*, con un 20,5 por ciento. En el caso de las dos universidades, la información publicada en los diarios fue proporcionada por algunos de sus actores, principalmente los propios rectores, mientras que lo comunicado por el periódico fue a través de la voz de sus articulistas colaboradores y/o reporteros.

En gran medida, se trató de notas que reportaron las declaraciones de actores protagonistas o ligados a la Educación Superior, que en una buena proporción expusieron las advertencias respecto a lo que hicieron las universidades para posicionarse como las mejores, las de mayor calidad educativa por la acreditación de sus planes de estudios, sus programas educativos con doble acreditación, la ampliación de su oferta educativa –nuevas carreras–, sus sistemas de formación docente, el establecimiento de convenios nacionales e internacionales para ampliar el intercambio académico y científico, así como las acciones de vinculación social y empresarial que acreditaron su responsabilidad con la sociedad a partir de iniciativas de desarrollo comunitario.

Es notorio que actores del sector empresarial compartieran comentarios respecto a la Educación Superior, lo que puede explicarse, en parte, como efecto de los modelos educativos predominantes en la educación a nivel superior en el país, que de manera enfática han incluido en el proceso educativo a otros actores y a otros espacios tradicionalmente ajenos a este, que los convierte, al respecto, en fuentes actuales de opinión.

Tabla 5. Organizaciones o fuentes de información por temas

Organizaciones o fuentes/Temas	5002	5003	5004	5009	5013
	%	%	%	%	%
CETYS	0	0	23	0	0
CONDE Consejo Nacional del Deporte Estudiantil	0	0	0	0	2,6
COPARMEX	0	0	0	0	2,6
Directora de Educación Media Superior y Superior	0	2,6	0	0	0
El Sol de México	0	0	0	0	2,6
El Sume (negocio)	0	0	0	0	2,6
Gobierno Federal	2,6	0	0	0	0
INAI (Instituto Nacional para la Transparencia)	0	0	0	0	2,6
<i>La Crónica</i>	0	2,6	2,6	0	0
<i>La Voz de la Frontera</i>	2,6	0	2,6	2,6	12,8
Secretaría de Educación Pública	2,6	0	0	0	0
Secretaría de Pesca y Acuicultura en el Estado	0	0	0	0	2,6
UABC	7,7	5,1	0	0	7,7
UABJO	0	0	0	0	2,6
UNAM	0	0	0	0	5,1
Total	15,5	10,3	28,2	2,6	43,8

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, es importante considerar el impacto que el formato periodístico de la nota tiene en la transmisión de la información y, por efecto, en el valor y en el sentido que se le otorga a dicha información. De las 39 notas recuperadas, el 84,6 por ciento corresponde a notas informativas, el 12,8 por ciento a reportajes, y el 2,6 por ciento a artículos de opinión [Tabla 6].

Tabla 6. Género de las notas según el medio

Género/Periódico	La Crónica		La Voz de la Frontera	
	Notas	Porcentaje	Notas	Porcentaje
Notas (de más de tres párrafos) y notas informativas	9	23	24	61,6
Reportajes	5	12,8	0	0
Artículos de opinión	1	2,6	0	0
Total	15	38,4	24	61,6

Fuente: Elaboración propia

Como se aprecia en lo analizado, y de acuerdo a lo planteado por la *agenda setting*, los periódicos difunden declaraciones que se relacionan con la agenda noticiosa del diario en cuestión, asociada a una representación mediática que impacta en las creencias, en la imagen o en la representación de la población de la localidad acerca de la Educación Superior. Sin embargo, no es suficiente con informarse o con conocer sobre algo, pues la forma en la que se comunica también influye en el conocimiento que se adquiere. En este sentido, los resultados en cuanto a la valoración del contenido de las notas analizadas permite apreciar que, en gran medida (89,7 por ciento), la información publicada en la prensa pondera una comunicación favorable sobre la Educación Superior.

Tabla 7. Valoración de los temas

Temas/Valoración	Muy Favorable		Favorable		Neutral	
	Notas	Porcentaje	Notas	Porcentaje	Notas	Porcentaje
5002 - Políticas en educación superior y cobertura	3	7,7	2	5,1	1	2,6
5003 - Oferta y demanda del sector público	1	2,6	2	5,1	1	2,6
5004 - Acciones de las instituciones particulares	3	7,7	8	20,5	0	0
5009 - Profesionalización de la planta docente	1	2,6	0	0	0	0
5013 - Otros temas	4	10,2	11	28,2	2	5,1
Total	12	30.8	23	58.9	4	10.3

Fuente: Elaboración propia

Según estos datos, los distintos actores que durante 2015 hablaron de Educación Superior compartieron la tendencia a realzar las actividades, los procesos y los logros académicos y educativos de las IES, con el propósito de influir o de modificar de alguna manera la representación que los lectores tienen a fin de crear una imagen específica de esta, la que la información publicada comunica, al parecer, enfáticamente relacionada con la calidad de las universidades. Lo cual es entendible, más no necesariamente justificable, en un escenario en el que las políticas educativas orientan el accionar de tales espacios sobre la base de la consideración, prioritariamente, de indicadores de calidad.

¿QUÉ REFLEXIONES FINALES SE PUEDEN ADVERTIR?

A partir de los resultados obtenidos del análisis estadístico del contenido de las notas periodísticas según las preguntas de investigación y la hipótesis planteada, es posible argumentar que el tema Educación Superior no es significativamente relevante para estos dos diarios en virtud de la limitada cantidad de publicaciones efectuadas durante 2015, ya que en promedio publicaron 2,2 notas por mes.

Aunado a esto, se identificó que dichas notas, en lo general, reportan los procesos institucionales que caracterizan a las actividades de las IES públicas y particulares, en las que se destacan los logros de los académicos y los investigadores en la tendencia de comunicar a la sociedad la condición de prestigio y de calidad que caracteriza a cada una de ellas, sin obviar las acciones de servicios a la comunidad. Se trata de una información, al parecer, orientada a dejar saber cuáles de las IES públicas y privadas son las mejores, que le permita a los lectores hablar de educación en este tono; esto es, de la excelencia de las escuelas o de las universidades para que estudien sus hijos por su calidad. Presencia e impacto que justifica la imagen de la Educación Superior como producto o como servicios en venta en función de la competitividad educativa de cada institución. Sin abordar, periodísticamente hablando, temas centrales como el impacto de las políticas en el quehacer de las IES, las condiciones laborales de los académicos, los ambientes de trabajo dentro de estas, entre otros.

Asimismo, resalta que además de los actores protagonistas de las IES, con amplia representación, los articulistas, los colaboradores o los reporteros de los periódicos son quienes informan sobre la Educación Superior en lo sustancial a través del género de notas informativas. Formato que permite, a unos y a otros, comunicar en las noticias una imagen favorable de la misma.

Las afirmaciones precedentes permiten constatar que los diarios *La Crónica* y *La Voz de la Frontera* componen su agenda noticiosa en función de las agendas nacionales y de los fenómenos políticos locales, convirtiéndose en voceros de los grupos de poder de la localidad –elección de los temas, importancia o valor, y género o forma de transmitirlos–, definen los temas acerca de los cuales los lectores pudieran haber hablado sobre Educación Superior e influyen en la representación que de esta se han formado. En síntesis, la información y el conocimiento que los MCM divulgan y socializan inciden en la imagen o en la representación de los lectores e influyen en su percepción acerca de las temáticas o de las situaciones que se representan. De esta manera, puede modificarse la forma de entender y de percibir el mundo y, por tanto, de relacionarse con él.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARDIN, Laurence (1996). *Análisis de contenido*. Barcelona: Akal.

ENJUTO, Natividad (2008). «Razón de ser de los observatorios». En *Jornada Observando Observatorios*. Madrid: Plataforma del Voluntariado de España.

GONZÁLEZ, Ernesto (2009). «Algunos observatorios de Educación en Latinoamérica». En *II Encuentro de Redes Universitarias y Consejos de Rectores de América Latina y el Caribe*. Lima, Perú.

HUSILLOS, Jesús (2006). «Círculo para la calidad de los servicios públicos del Hospitalet». En *IV Seminario Inmigración y Europa. Inmigración y gobierno local*. Barcelona, España.

KENDALL, Diana (2005). *Framing Class. Media Representations of Wealth and Poverty in America*. Oxford: Rowman and Littlefield.

KRIPPENDORFF, Klaus (1990). *Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.

LIPPMANN, Walter (1969). «The Nature of News». En Steinberg, Charles (ed.). *Mass Media and Communication* (pp. 142-151). Nueva York: Hastings House.

MARTÍN SERRANO, Manuel (1977). *La mediación social*. Madrid: Akal.

MCCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald (1972). «The Agenda-Setting Function of Mass Media». *Public Opinion Quarterly* (N.º 36), pp. 176-187.

MCCOMBS, Maxwell; BELL, Tamara (1996). «The Agenda Setting Role of Mass Communication». En Salwen, Michael; Stacks, Don. *An Integrated Approach to Communication Theory and Research* (pp. 93-110). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

MCCOMBS, Maxwell; REYNOLDS, Amy (2002). «News Influence on our Pictures of the World». En Bryant, Jennings; Zillmann, Dolf (eds.). *Media effects. Advances in Theory and RESEARCH* (pp. 1-18). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

ORTUÑO, Carlos (2006). «Observatorios: una mirada exploratoria». En *Primer Taller El observatorio como herramienta para la gestión de la información y del conocimiento*. Caracas, Venezuela.

PARK, Robert (1969). «News as a Form of Knowledge: A Chapter in the Sociology of Knowledge». En Steinberg, Charles (ed.). *Mass Media and Communication* (pp. 127-141). Nueva York: Hastings House.

REESE, Stephen; GANDY, Oscar; GRANT, August (2001). *Framing Public Life. Perspectives on Media and our Understanding of the Social World*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

ROGERS, Everett; DEARING, James (1988). «Agenda setting research: where has it been? Where is it going?». En Anderson J.A. (ed.). *Communication Yearbook* (pp. 555-594). Newbury Park: Sage.

SANTILLÁN BRICEÑO, Victoria; VILORIA HERNÁNDEZ, Esperanza (2015). «Educación y construcción de ciudadanía: los jóvenes de México y Argentina». En *IV Congreso Internacional Ciencias, tecnologías y culturas y Simposio N.º 13: Migraciones, ciudadanía y comunicación en la era global*. Santiago de Chile, Chile.

SCHEUFELE, Dietram (1999). «Framing as a Theory of Media Effects». *Journal of Communication*, 49 (1), pp. 103-122.

SCHEUFELE, Dietram (2000). «Agenda-setting, Priming and Framing Revisited Another Look at Cognitive Effects of Political Communication». *Mass Communication and Society*, 3 (2-3), pp. 297-316.

SHAW, Donald; MCCOMBS, Maxwell (1977). *The Emergence of American Political Issues. The Agenda-Setting Function of the Press*. St. Paul: West.

SHAW, Donald; MARTIN, Shannon (1992). «The function of mass media agenda setting». *Journalims Quartely* (N.º 69), pp. 902-920.

TÉLLEZ GARZÓN, María Patricia (2003). «Los observatorios de medios de comunicación: lugares de construcción de ciudadanía». En *XXI Encuentro Académico de Afacom y III Encuentro Regional Andino de FELAFACS*. Bogotá, Colombia.

THOMPSON, John (1997). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

THOMPSON, José (2002). «Participación, democracia y derechos humanos. Un enfoque desde los dilemas de América Latina». *Revista IIDH*, Vol. 34-35, pp. 79-103. San José: Instituto Interamericano de Derechos Humanos.

TUCHMAN, Gaye (1983). *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Gustavo Gili.

URDAPILLETA MEZA, Ana María (2006). «Observatorio de violencia social y de género de Torreón». *BuenaVal* (N.º 2), pp. 103-114.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

ANGULO MARCIAL, Noel (2009). «¿Qué son los observatorios y cuáles son sus funciones?» *Innovación Educativa*, 9 (47), pp. 5-17 [en línea]. Recuperado de <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179414895002>>.

GREGORIO, Carlos (2007). Observatorios Ciudadanos de la administración de justicia penal ¿cómo incidir desde un observatorios? [en línea]. Recuperado de <www.iijusticia.org/docs/observatorios.htm>.

HERRERA DAMAS, Susana (2006). «Funciones de los observatorios de medios en Latinoamérica». *Global Media Journal*, 3 (6), pp. 1-39. Monterrey: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey [en línea]. Recuperado de <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68730601>>.

MCCOMBS, Maxwell; EVATT, Dixie (1995). «Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting». *Comunicación y sociedad*, VIII (1), pp. 7-32 [en línea]. Recuperado de <http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=169>.

PHÉLAN CASANOVA, Mauricio (2007). «La red observatorios locales de Barcelona, España. Un estudio de casos para diseñar una propuesta nacional». *Fermentum. Revista Venezolana de Sociología y Antropología*, 17 (48), pp. 96-122 [en línea]. Recuperado de <www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/20765/2/articulo4.pdf>.

REY BELTRÁN, Germán (2003). «Ver desde la ciudadanía. Observatorios y veedurías de medios de comunicación en América Latina». *Probidad* (N.º 24), pp. 1-9 [en línea]. Recuperado de <www.revistaprobidad.info/024/011.pdf>.

RODRÍGUEZ ROSELL, María del Mar; CORREYERO RUIZ, Beatriz (2008). «Los observatorios como agentes mediadores en la responsabilidad social de los medios de comunicación: panorama internacional». *Sphera Pública* (N.º 8), pp. 15-40. Murcia: Universidad Católica San Antonio de Murcia [en línea]. Recuperado de <<http://www.redalyc.org/pdf/297/29713032003.pdf>>.

NOTA

1 «Los medios de comunicación establecen la agenda de cada campaña política, influyendo en la importancia de las actitudes hacia las cuestiones políticas» (traducción del editor).