

## **Perspectiva Histórica de la Noticia Educativa** **(Modelo comparativo en la prensa del estado de Hidalgo)**

Joel Sánchez Rodríguez y Alma Paz\*

### **Resumen**

El propósito de este estudio es determinar a través de la Agenda Setting, si los medios impresos tienen influencia sobre el público. Por ello se presenta un diagnóstico temático comparativo sobre el tratamiento informativo de la noticia educativa, publicada en periódicos de 1910 y 2010 del estado de Hidalgo, México; como referencia para discutir el tema del llamado Periodismo Educativo. Mediante los problemas descritos por los actores sociales, se quiere señalar la falta de una definición, las funciones que debería cumplir la comunicación social, el perfil deseable del periodista formado en las Instituciones de Educación Superior y la carencia de posgrados especializados para desarrollar habilidades en las reporteras (os) que cubren la fuente educativa. Si bien la enseñanza del periodismo educativo no se reduce sólo a la calidad de la información educativa, a poco más de un siglo permanece la pregunta sobre el papel que ejerce la noticia educativa ante la opinión pública y prevalente ausencia de la nota en el nivel medio superior, superior y posgrado.

### **Palabras clave:**

**Noticia y periodismo educativo, reporteros educativos, instituciones de educación superior, áreas de comunicación social y opinión pública.**

\* Joel Sánchez Rodríguez es candidato a maestro en Periodismo Político y Técnico Superior Universitario en Periodismo por la Escuela de Periodismo "Carlos Septién García". Profesor de asignatura en la licenciatura de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Columnista y redactor en el Semanario Avanzando en Hidalgo desde hace más de 25 años; así como colaborador del diario Unomásuno Hidalgo y de RADAR POLÍTICO a través de Wordpress. Correo electrónico: joelsan@prodigy.net.mx

**CV Alma Paz:** Candidata a maestra en Educación por Universidad La Salle Pachuca. Especialidad en Gobierno y Administración pública (enfoque educativo) y Técnico Superior en Periodismo por la Escuela de Periodismo "Carlos Septién García". Actualmente es reportera y bibliotecaria. Autora de artículos académicos sobre prensa escrita. Correo electrónico: almapaz2010@hotmail.com.

## **Abstract**

The purpose of this study is to determine through the Agenda Setting, if the print media influence the public. Thus we present a comparative thematic diagnosis about the news coverage regarding education, published in newspapers in 1910 and 2010 in the state of Hidalgo, Mexico, as a reference to discuss the issue of so-called Journalism Education. With the problems described by the social, we want to point out the lack of a definition, the functions should fulfill social communication, the desired profile journalist trained in the Higher Education Institutions and the lack of specialized graduate programs to develop skills in the reporter (you) who cover the educational. While educational journalism education is not confined only to the quality of educational information, a little over a century remains the question of the role played by the educational news and public opinion prevalent absence of the note in the middle higher, higher and postgraduate.

## **key words**

News and journalism education, education reporters, institutions of higher education, areas of media and public opinion.

## **1. Introducción**

Se encuentra que la Educación tiene dos vertientes: la que se vive y la que se lee. Es decir, por un lado está la concepción histórica, social y teórica que se aprende en el aula desde los estilos de enseñanza y aprendizaje, los valores y la transmisión de conocimientos, saberes, habilidades y aptitudes; aspectos que se comunican día a día a través del maestro, los libros y la autoridad.

Por otra parte, está lo que hoy se lee e induce a leer; los impresos diarios<sup>12</sup> plantean noticias de impacto y amarillista<sup>13</sup>, pero no noticias educativas de

---

<sup>12</sup> En el presente trabajo, se toma como sinónimo de impreso el término de prensa escrita, diario, periódico o periodismo impreso.

primera plana, se pueden encontrar en mayor medida en las páginas interiores que recrean la imagen institucional a través de logros estadísticos, inversión en infraestructura, denuncias por parte de padres de familia, firmas de convenios, graduaciones, competencias de conocimientos, eventos deportivos y culturales, pero tan sólo de algunas Instituciones de Educación Superior (IES).

Para comprender el tratamiento informativo de la educación, se presenta un diagnóstico comparativo de la diversidad temática, la distribución y características de las notas educativas publicadas en los impresos de 1910 y 2010 que circularon en el municipio de Pachuca, Hidalgo, se da cuenta igual del perfil deseable del reportero<sup>14</sup> en activo que cubre la fuente educativa y del egresado de la carrera de Ciencias de la Comunicación y/o equivalente, así como de la participantes sociales implicados en el Sistema Educativo como maestros, investigadores y alumnos, y aspectos generales de la función que deberían cumplir las áreas de comunicación social<sup>15</sup> de las IES.

Si bien es cierto que prevalece una desvinculación entre lo que demanda una empresa periodística y lo que curricularmente ofrecen las IES, esto se debe en parte a la diversidad en sus perfiles de egreso de las carreras y que no contempla un enfoque hacia la especialización en periodismo educativo.

Por último el papel e influencia que ejerce la información educativa ante la opinión pública. Hacia afuera se piensa que lo que se lee y se publica en los medios es la realidad, que esclaviza la idiosincrasia del lector y ante la opinión pública es una realidad construida que vende una idea equivocada sobre el Sistema Educativo Mexicano; y la educación es uno de los temas menos satisfactorios evaluados por los lectores de periódicos: donde de los nueve

---

<sup>13</sup> El amarillismo o nota roja no tiene una buena reputación ni en el medio ni tampoco entre el público, se le considera una mala vía para desarrollar el periodismo.

<sup>14</sup> El que lleva reportes o noticias a la redacción de un periódico.

<sup>15</sup> Se toma también como comunicación social los términos de área de prensa/ de difusión institucional/ oficina de comunicación o relaciones públicas.

diarios analizados, seis de cada 10 personas lee con mayor frecuencia de dos a tres impresos tres veces a la semana. Fuente: propia.

## 2. Antecedentes

Partimos de que existen trabajos que analizan los contenidos de las noticias de la prensa con distintas perspectivas y contextos; sin embargo, no todos son referentes al sistema educativo. Destaca que las noticias se construyen y la construcción la hacen personas, como una necesidad social de informar, interpretar y describir un acontecimiento en función del espacio y tiempo para satisfacer al lector que le permita conocer la realidad. Noticia es algo que usted no sabía ayer. Noticia es cualquier cosa de lo que hablará la gente (Baena, 1999).

De esta manera es necesario precisar que durante el Encuentro presencial “Primera Plana para la Educación”, en el año 2009, se capacitó a reporteras (os) en temas relacionados con la educación para analizar los contenidos **noticiosos sobre la Reforma Integral de Educación Media Superior (RIEMS)**, un ejercicio empírico que se ejecutó en diferentes sedes a nivel nacional incluyendo Pachuca.

Aquel análisis de contenido explorativo se basó en la lectura breve como instrumento de recogida y selección de información. En ese sentido, se especificó que es semejante en su problemática y metodología, salvo algunas características específicas de los datos de la observación que no se logró profundizar.

El curso, coordinado por la periodista Sara Lovera López, arrojó que la educación en general es tema de primera plana, aunque aparezca en otras secciones y se minimice su trascendencia, “debido a que es sesgada”:

Del Sistema Educativo Nacional sabemos casi nada.

La ausencia de ello tiene que ver..., con la poca valoración que estamos dando a un entramado fundamental de la construcción

ciudadana y democrática del país, basta leer el artículo 3º Constitucional. La información sobre el Sistema Educativo Nacional da como resultado una mirada tan pobre y superficial... El fondo está oculto. La pregunta es ¿dónde estamos los y las periodistas? (Manual para el periodista, 2009 p.1-4)

Previo a este ejercicio se dio a conocer un diagnóstico estadístico y características pedagógicas sobre la educación que sirvió como una mirada superficial de lo que se informa en los medios de comunicación, respecto a este problema, no sólo si es mala, parcial, pobre o aleatoria:

La información que se genera en la sociedad, de los fenómenos visibles y que recogemos las y los periodistas, decimos que para informar, es sólo parte de una realidad, lo sabemos. Siempre es sesgada y frecuentemente puede detonar reacciones o procesos, puede ser útil o puede que produzca desinformación. Repercute algunas veces en la toma de decisiones. Las y los periodistas en México hoy somos un puente de comunicación entre la sociedad y el poder. Se llama construcción de opinión pública. (Manual para el periodista, 2009 p.2-4).

La actividad periodística que contempla como su objetivo formal el contribuir a que la sociedad sepa y conozca de forma veraz, sin presiones partidistas los ámbitos de la educación, enseñanza, formación... (Bartolomé, 2005). Es cada vez más abundante y requiere de un tratamiento especial, señala Marín (2005) que a mediados del siglo XX ha surgido una nueva tendencia, al referirse a la información educativa aparecida en los diarios.

La información educativa se puede hallar en distintos medios, entre los que se destacan:

Para Marín, (2005) la información educativa de la prensa: gacetillas, problemas institucionales, huelgas, los boletines y periódicos gremiales, comprende una información específica que interesa a determinado público en el tratamiento de políticas instrumentales, problemas de orden interno, elecciones, para lo cual se establece que esta área en particular es de competencia exclusiva de los periodistas profesionales.

### **3. Metodología**

#### **3.1. Tipo de estudio**

Para la presente investigación se contempló un estudio de tipo cualitativo y cuantitativo en dos segmentos unidos por la conveniente indagatoria de describir la temática, distribución, espacio y clasificación de las notas educativas; en una segunda dimensión, el análisis que evaluó la diversidad de sus sujetos y el impacto de la información ante la opinión pública.

#### **3.2. Muestra**

La muestra se conforma por un análisis de 11 impresos (1910 y 2010):

En 1910 se analizó un año, debido a que en esa época eran pocos los medios que circulaban y menos los ejemplares existentes conservados en los archivos hemerográficos.

En 2010 se encontraron en los archivos hemerográficos locales, nueve diarios que circularon en enero. Se revisaron todas sus secciones, para luego hacer el comparativo entre ambos períodos.

**TABLA 1**

Análisis y revisión de la prensa circulante en 1910

<b>IMPRESOS 1910</b>	<b>Revisión anual Enero-Diciembre Días/Ejemplares</b>	<b>Grupo Editorial</b>	<b>Año</b>	<b>Slogan</b>
1. <b>EL HERALDO</b> <i>del</i> <i>Estado</i> <i>Hidalgo</i> (8 páginas)	Enero 2,6,20,23,27,30 Febrero 3,13,24,27 Marzo 3,6,10,17,31 Abril 3,24,28 Mayo 1,8,12,15,19,28 Junio 2,5,9,30 Julio 3,10,14,17,21, 24,28,31 Agosto 4,8,11,14,18, 21,25,28 Septiembre Octubre Noviembre 3,6,10,13, 17,20,27 Diciembre 29	Editor, propietario y Director Vicente Warnes.	Año 8	“El Heraldo” haciéndose eco del pueblo hidalguense, postula al eminente ciudadano general Porfirio Díaz para presidente de la república en el próximo periodo de 1910 a 1916 y para vicepresidente del mismo periodo gubernativo, al íntegro funcionario público ciudadano Ramón Corral.

<b>2. EL</b>	Enero	Secretaría	Año
<b>PERIÓDICO</b>	1,4,12,16,20,21,25,28	General	41
<b>OFICIAL</b>	del Febrero 1,4,8,12,16,24,28	del	
<i>Estado</i>	Marzo 1,4,8,12,16,20,28	Gobierno	
<i>de Hidalgo</i>	Abril 1,4,8,12,16,20,24,28	del Estado	
(8 páginas)	Mayo 1,4,8,12,16,20,24,28	de	
1 peso	Junio 1,4,8,12,16,20	Hidalgo.	
mexicano	por Julio 1,4,20	Registrado	
cada	20 Agosto 8,12,16,20,24,28	como	
números.	Septiembre 4,8,12,16,24,28	artículo de	
	Octubre	segunda	
	1,4,8,12,16,24,24,28	clase en	
	Noviembre ,4,8,12,16,20,24	1904.	
	Diciembre		
	1,4,8,12,16,20,24,		
	28		

Fuente: Archivo General de la Nación y Archivo General del Estado de Hidalgo

**TABLA 2**

Análisis y revisión de la prensa circulante en 2010

	<b>Revisión</b>	<b>Grupo</b>	<b>Año</b>	<b>Sloga</b>	<b>Págin</b>
<b>IMPRESOS</b>	<b>mensual</b>	<b>Editorial</b>		<b>n</b>	<b>a</b>
<b>2010</b>	<b>Enero</b>				<b>Web</b>
	<b>Días/Ejemplares</b>				
<b>1. CRITERIO</b> (40 páginas) Ejemplar \$6.00 Pesos	10,11,12,13,14,15, 18,28	Grupo Editorial Zeuqram Capital 100 por Ciento Hidalguense	Año 2	La Verdad Impres a	✓
<b>2. LA CRÓNICA</b> <i>de Hoy</i> <i>en Hidalgo</i> (22 páginas) Ejemplar \$6.00 pesos Se reparten cortesías en cruceiros viales, restaurantes y oficinas gubernamentales )	15,16,17,22,24,26, 27,28	Grupo Editorial La Crónica de Hoy	Año 2		✓
<b>3. EL</b> <b>INDEPENDIENT</b> <b>E</b> <i>de Hidalgo</i> (32 páginas) Circula en	10,11,12,14,15,16, 18,30	Publicación Editada por la Voz del Aire S.A. de C.V. Capital 100 por	Año 2	Libre por Convic ción	✓

institutos educativos entrega de suscripciones y cortesías en restaurantes. Ejemplar \$6.00 Pesos		Ciento hidalguense			
<b>4. EL RELOJ de</b> <i>Hidalgo</i> (24 páginas) Ejemplar \$5.00 pesos Se exhibe en puestos de periódicos y cruceros.	11,12,13,15,21,26	MAC ediciones y Publicaciones S.A. C.V.	Año 5		✓
<b>5. EL SOL de</b> <i>Hidalgo</i> (56 páginas) Ejemplar \$6.00 Pesos Se exhibe en puestos de periódicos y cruceros.	3,4,5,6,7,8,11,13,1 4,15,17,18	Organización Editorial Mexicana	Año 60		✓
<b>6. MILENIO</b> (40 páginas) Ejemplar \$6.00	9,10,11,13,16,14,1 5,21	Grupo Milenio	Año 11	Periodi smo Con	✓

pesos					Caráct	
Cortesías en restaurantes.					er	
<b>7. PLAZA JUÁREZ</b> (36 páginas) Ejemplar \$5.00 pesos y entrega Cortesías en restaurantes.	9,10,11,14,16,18,19,20,21,22,	Grupo Editorial Aljibe. Capital 100 por Ciento hidalguense	Año 5	La Historia de cada día		✓
<b>8. SÍNTESIS</b> (32 páginas) Ejemplar \$5.00 Pesos Cortesías en restaurantes.	12,14,15,19,24,26	Asociación periodística Síntesis S.A de C.V. Puebla	Año 11	Sin Libre Expresión no hay libertad		✓
<b>9. UNOMASUNO Hidalgo</b> (24 páginas) Ejemplar \$5.00 Pesos Cortesías en restaurantes.	4,5,6,10,18,24		Año 6	Crítico y Veraz		✓

Fuente: Archivo Hemerográfico del Semanario Avanzando en Hidalgo y Archivo General del Estado de Hidalgo.

En total se analizaron 194 ediciones de 11 periódicos.

En 1910 fueron localizadas 177 notas breves relacionadas con el Sistema Educativo, y en 2010, 156 notas y 61 anuncios publicitarios. Se hallaron 2 mil 87 notas y 155 correspondientes a educación general, de éstas 78 fueron de nivel *Superior* y *Posgrado*.

### **3.3. Dimensiones y categorías**

La primera se divide en tres subdimensiones:

#### **3.3.1. Aspectos de las características generales de los periódicos y de la distribución de las notas educativas**

- A. **Registro de notas.** Comparativo 1910-2010 y,
- B. **Nivel educativo más publicado.** Considera tres categorías: *Educación Básica* (Preescolar, Primaria y Secundaria; *Educación Media Superior* (Bachillerato, Preparatoria o equivalente); *Educación Superior* (Licenciatura Universitaria, Normal y Licenciatura Tecnológica, en ésta se incluye Técnico Superior) y *Posgrado* (Especialidad, Maestría y Doctorado) (figs. 1-4).
- C. **Distribución de las notas.** Agrupa a cuatro categorías: notas, reportero que firma la información, espacio y género periodístico (figs. 5 y 6).

#### **3.3.2. Aspectos de la cobertura temática en los impresos de 1910 y 2010**

**Áreas temáticas.** Agrupa 22 categorías: Accidentes de estudiantes, Aniversarios, Avisos, Calendario escolar, Conferencias, Denuncias, Eventos, Fallecimientos de maestros, Firmas de convenios, Foros educativos, Graduaciones, Inauguración de nuevas aulas y escuelas, Información institucional, Informes de investigaciones académicas, Manifestaciones sindicales, Nombramientos de maestros, Presupuesto educativo, Publicidad, Reconocimientos, Reforma educativa, Robo a escuelas y Suspensión de clases, entre otras. Inserciones publicitarias de oferta educativa y secciones fijas (figs. 7-13).

### **3.3.3. Distribución de la oferta educativa y formación universitaria**

Se analiza la oferta educativa en Ciencias de la Comunicación y/o equivalente y el perfil de egreso (figs. 14-16).

### **3.3.4 Aspectos generales de la diversidad de Sujetos sociales**

Se identificaron como Sujetos sociales activos, aquellos que forman parte del sistema educativo. Aspectos del perfil profesional y laboral de la reportera (o) que cubren la fuente educativa en los impresos analizados; estructura y función de los encargados de las áreas de comunicación social e importancia de la difusión educativa por parte de la IES a la prensa; y la Opinión Pública de los sujetos sociales (maestros, investigadores y coordinadores de las carreras de Ciencias de la Comunicación y/o equivalentes de las IES) (figs. 17-27).

## **4. Enfoque Metodológico**

Para desarrollar la indagación se siguen cuatro pasos conexos que permiten diseñar y utilizar instrumentos metodológicos viables para obtener los datos. El recorrido del planteo inicia con el, 1) Método de recolección documentada, informativa y periodística, proceso para recabar y recuperar las fuentes para elaborar nuevas informaciones (López, 1989), y como necesidad de obtener información retrospectiva para presentar la información de actualidad en su contexto (Fuentes, María, 1997), en las hemerotecas de los Archivos Históricos y del Semanario Avanzando en Hidalgo. Ello para identificar el desarrollo y evolución de la nota educativa para conformar 2) la Agenda Setting, que postula que los medios de comunicación tienen una gran influencia sobre el público, al determinar qué historias poseen interés informativo y cuánto espacio e importancia se les da. La teoría Setting es el resultado experimental de una tesis que, a manera de metáfora, planteó Cohen (1963): los medios informativos pueden no acertar al decirnos cómo pensar sobre un determinado tema, pero sí cuando nos dicen sobre qué pensar (McCombs, 1975).

Donald L. Shaw sostiene como:

Consecuencia de la acción de los periódicos... el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios públicos. La gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los media incluyen o excluyen de su propio contenido. 1.- que la gente sólo conoce lo que los mass-media les ofrece, ignorando cualquier otra noticia. 2.- que según los mass-media den más importancia a una noticia o a otra, así lo hará también su público ([www.slideshare.net/guest6f24b6/agenda-setting](http://www.slideshare.net/guest6f24b6/agenda-setting)).

Así como lo hicieron los iniciadores de la teoría McCombs y Shaw (1972), que se centraron sólo en aquellos temas que eran comunes, en este estudio se clasificó la información de acuerdo al sistema educativo y por tema, las notas publicadas en los medios impresos del estado de Hidalgo localizados en el año de 1910 y en el primer mes de 2010, como se indicó en las tablas anteriores<sup>16</sup>. Para estudiar el papel que juegan los medios en el establecimiento de la agenda como lo señalan McCombs y Shaw (1972), y la Influencia que los medios generan en la formación de la opinión pública<sup>17</sup>.

Posteriormente, con el 3) Método de recopilación informativa, permitió elaborar un cuestionario, criterio que aprueba la recolección, evaluación y análisis de datos, con lo cual se da a conocer la percepción de los partícipes y difusores de la información educativa al exterior e interior del sistema educativo, instrumento que se aplicó a diversos sujetos de la comunidad educativa sobre la formación de la opinión pública, es decir, qué lectura se hace en los medios sobre lo que ocurre como conjunto de referencias necesarias para la comprensión del fenómeno y sus interrelaciones (Rivadeneria, 2007).

---

<sup>16</sup> Tabla 1: Ejemplares localizados de 1910 y 2010.

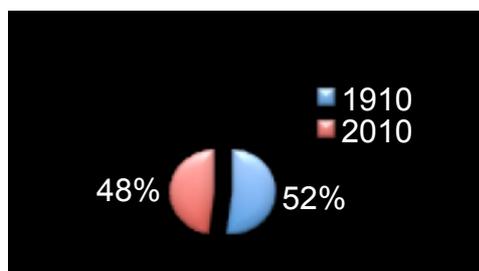
<sup>17</sup> Por opinión pública se entiende la valoración realizada o expresada –un pronunciamiento sobre un posicionamiento por determinada comunidad social acerca de un evento, problema, reto o expectativa que llega a su conocimiento.

## 5. Resultados

### 5.1. Aspectos de las características generales de los periódicos y de la distribución de las notas educativas

Un primer hallazgo al comparar las notas de los dos impresos de 1910, fue que en este año se localizó más información educativa que en los 9 periódicos de 2010. Aunque hay que precisar que las notas del siglo pasado eran muy breves, que en su mayoría preexistían notificaciones y avisos que en algunos casos no pasaban de un párrafo y la generalidad fue localizada en portada o primera plana.

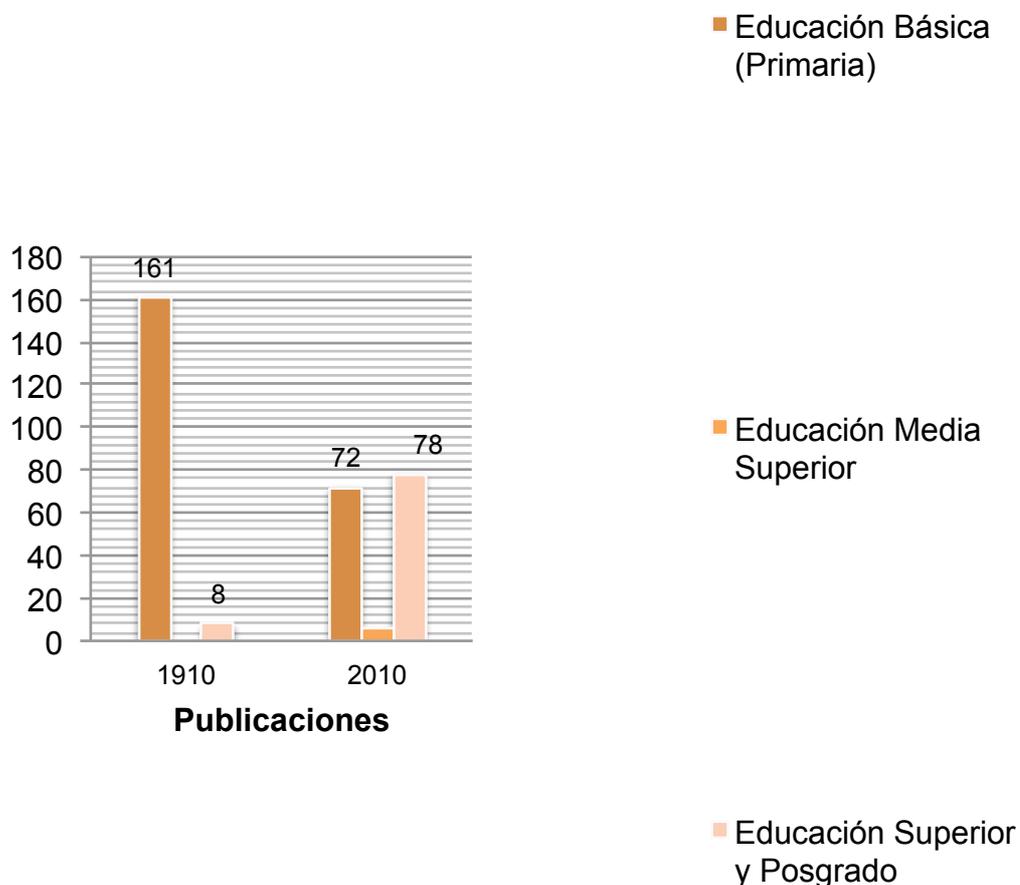
Figura 1. Comparativo de distribución de notas de educación



Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de los periódicos.

Sin embargo, en 2010 el estudio indica que prevalece una tendencia para dar mayor cobertura a las notas locales de educación, principalmente en el nivel *Superior* con secciones especiales y fijas, y escasamente se hallan nacionales o internacionales.

Figura 2. Distribución de notas por nivel educativo en la prensa



Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de los periódicos.

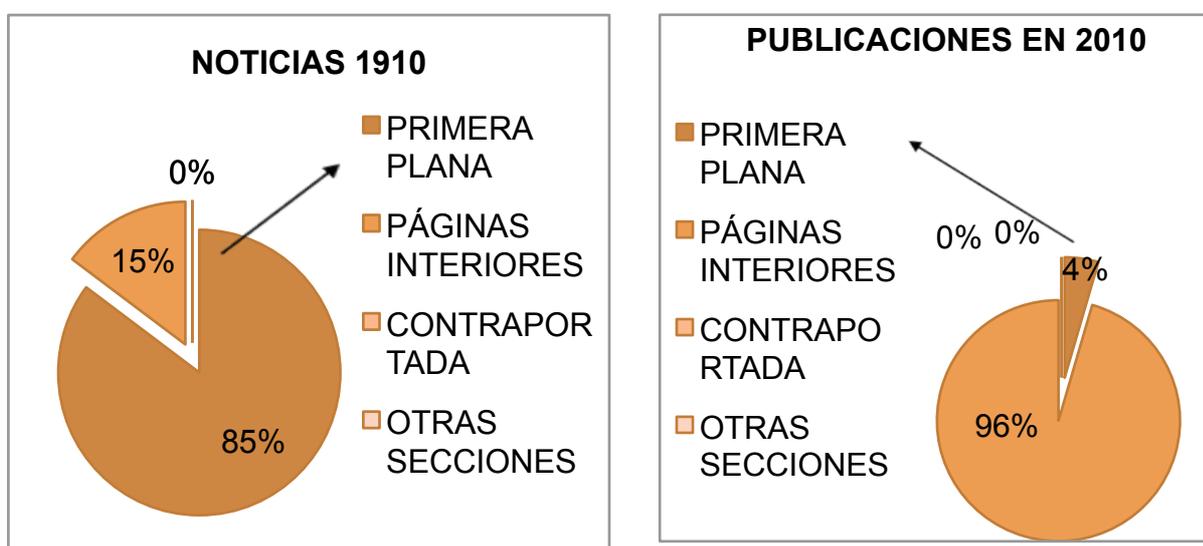
El comparativo de los impresos permite ver que en 1910 se registran más notas educativas en primera plana, mientras que en 2010 es bajo; es preciso señalar que prevalece voluntad por parte de los empresarios de la prensa en insertar información sobre educación y de las mismas IES por permanecer en la historia de las páginas de los impresos, como se detalla más adelante.

En cuanto al nivel educativo que más aparece en la prensa en 1910 destaca el de *Primaria* (hoy contemplada dentro de la educación básica junto con el *Preescolar* y la *Secundaria*), lo que es entendible debido a que no era habitual ni obligatorio asistir a la escuela, y con la difusión aunque breve sobre la instrucción, se buscaba informar a la población para contribuir a disminuir el

analfabetismo en las zonas rurales donde había miseria, pero también en la capital que era la urbana si se le puede llamar así.

Ahora la situación es diferente y se aprecia que tanto a la educación Básica como a la Superior y Posgrado casi se les destina el mismo número de notas, pero no así la información de educación Media Superior o bachillerato que tiene un impacto menor, lo mismo que en 1910 que no figura.

Figura 3 y 4. Distribución por página de notas publicadas en el año de 1910 y 2010

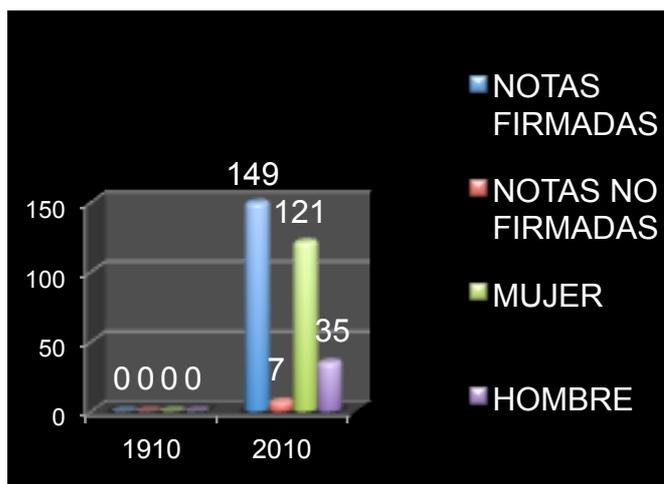


Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de los periódicos.

Es interesante comparar los datos arrojados de 1910, cuando los impresos destinaban alrededor del 85% a la publicación de notas educativas en primera plana y en la cobertura actual baja a un 4%, lo que indica que la educación no es noticia de primera plana como se encontró en el análisis, a excepción de que sea una denuncia pública como el caso de padres de familia que exigen para sus hijos maestro de *Primaria*.

De las 169 notas que aparecen en los dos impresos de 1910, ninguna lleva crédito o firma de quien la redacta o escribe, pero se entiende que el Editor es el responsable de lo que ahí se publica. En cambio en 2010 de los nueve diarios, en 149 de las 156 notas encontradas sí hay reportera (o) que firmen la

Figura 5. Distribución de notas firmadas por reportera (o)



nota. Cabe destacar que 121 son firmadas por mujeres y 35 por hombres.

Gráfica No. 5.-Fuente propia

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de los periódicos.

En 2010 el Género periodístico<sup>18</sup> más utilizado es el informativo, se fundamenta en las noticias y en los reportajes objetivos. Encontramos a la noticia como el relato de un acontecimiento de actualidad que suscita interés público, pero pocas veces se convierte en noticia de primera plana, y menos el reportaje, que tal vez se justifica por el poco espacio que se le reserva a la educación en los periódicos; mientras que la entrevista es un tanto más usual por las reporteras (os) en el nivel *Superior*, debido a la importancia que ésta ha adquirido para

<sup>18</sup> El periodismo centra la comunicación en la noticia y, en su entorno, nacen los géneros periodísticos con diferentes modalidades de creación lingüística, con miras a interrelacionar acontecimientos y juicios de valor. La interpretación de la realidad que puede ofrecer un periódico es amplia. Lo fundamental es que cada uno cumpla con una función y cubra determinada necesidad.

recabar opiniones, posicionamientos o información en general, aunado a esto por el incremento de las IES en los últimos 15 años, que empiezan a generar diversidad temática que abarca el Sistema Educativo Mexicano y que son del interés público. Los géneros que no figuran son el editorial, la crónica y el artículo de opinión.

Para 1910 la aplicación y uso de los Géneros periodísticos no era frecuente, más bien no existía, como ahora conocemos, la clasificación; el periodismo era más empírico y lo que se aprendía y se enseñaba era fuera de las aulas, para entonces sólo en Estados Unidos en 1908 la Universidad de Missouri ofrecía la carrera de Periodismo. Fuentes, Navarro, (1991) dice que antes de 1950 en el continente Americano existían 12 escuelas, de ellas dos en México. Se conoce a la Universidad Femenina (Fuentes, Navarro, 1991) que era internado y la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, esta última que desde hace 62 años continúa formando a periodistas y ofrece dos Maestrías, una en Periodismo Económico y la otra en Periodismo Político (cabe destacar que en el 2010 concluyeron su posgrado 26 hidalguenses), antes no hay registro del uso y enseñanza de las diversas fuentes informativas.

La columna de opinión educativa tiene una representación nula en 2010, no existe ninguna propuesta, de vez en cuando los columnistas políticos no especializadas (os) en temas educativos, incluyen un comentario de trascendencia sobre educación, pero es poco habitual. En 1910 no hay registro de este género periodístico.

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de los periódicos.

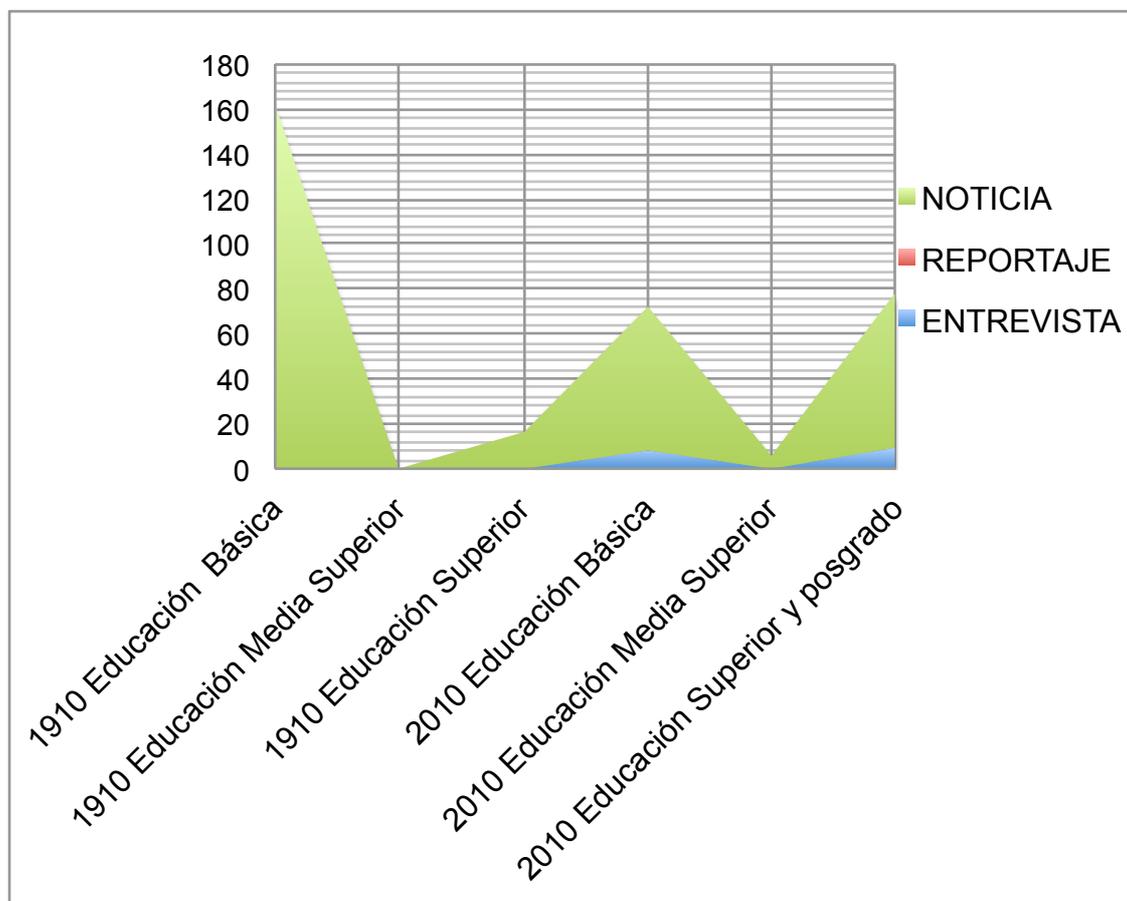


Figura 6. Género periodístico más utilizado por reporteras (os)

## 6. Aspectos de la cobertura temática en los impresos de 1910 y 2010

Para analizar la diversidad temática, se hizo una gran clasificación de acuerdo a los encabezados<sup>19</sup> de las notas de los impresos analizados, como se muestra en la siguiente gráfica, la cual permite observar los temas de mayor importancia de esa época como lo fueron las celebraciones en 1910

<sup>19</sup> También llamado título: es el elemento fundamental del encabezamiento. Resume la entrada o primer párrafo de la nota.

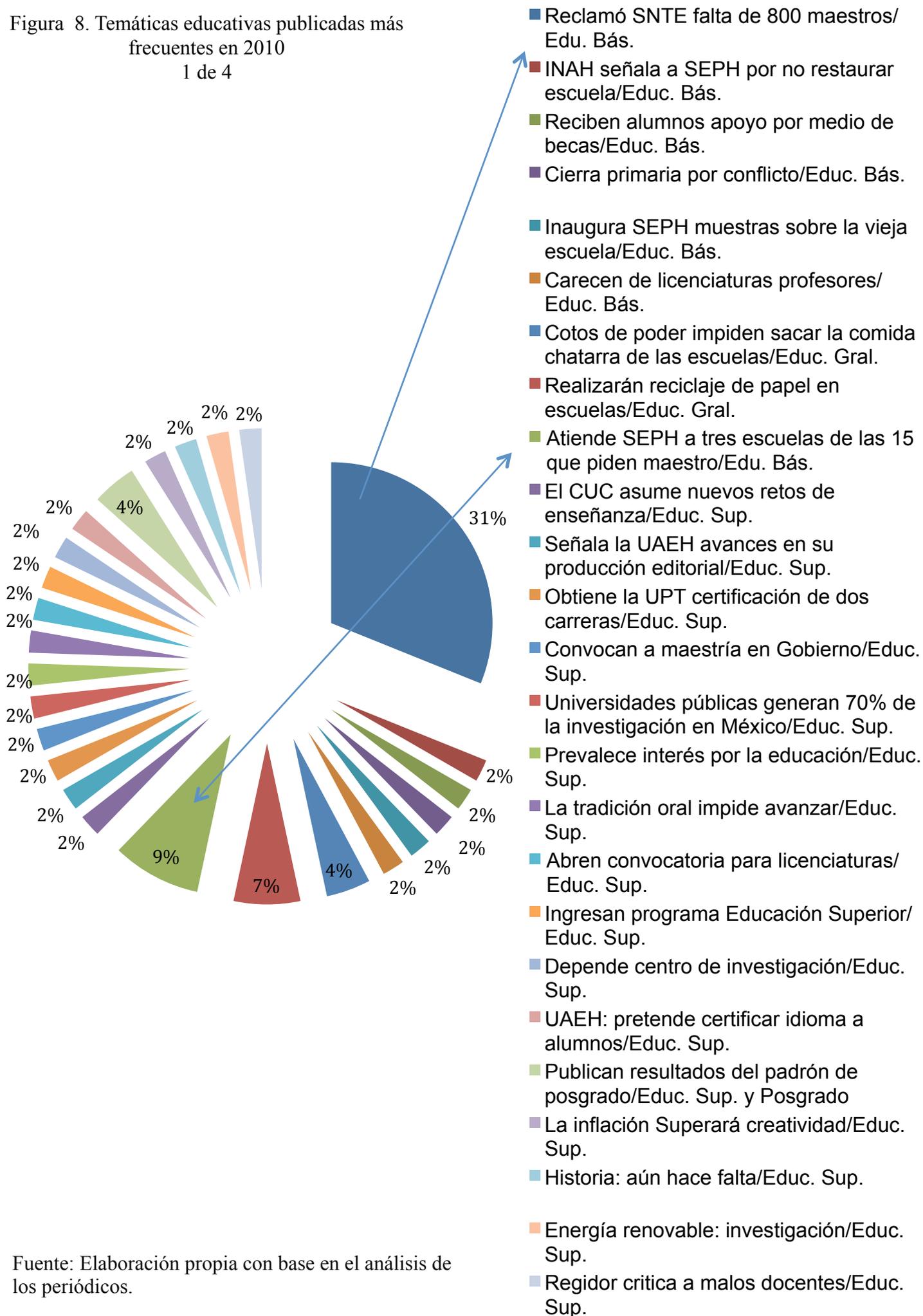
conmemorativas por el Centenario de la Independencia de México que incluía un sin fin de actividades escolares; le sigue el nombramiento de preceptores (maestros) y de sus ayudantes, y el resto son notificaciones cotidianas como se podrá observar en el listado, pero que permiten recrear la cotidianidad educativa.

En 2010 las categorías son más diversas, como se muestra a continuación en las cuatro gráficas, para empezar los temas son distintos y las notas educativas poco encuadran con las acontecidas en 1910; la nota más manejada por la prensa se relaciona con la falta de maestros de *Primaria* en varias escuelas, de ahí se derivan protestas por parte de padres de familia y la respuesta de las autoridades y sólo en este caso fue noticia de primera plana y mínimamente notas sobre el cambio de horario escolar por las inclemencias del frío.

En el nivel de Educación *Superior*, la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH) es la única institución que registra una diversidad de temas relacionados con la investigación, logros y actividades de difusión educativa, cultural y deportiva, mientras que las otras IES ya sean públicas o privadas se encuentran bastante alejadas, digamos del primer lugar, pues éstas no son generadoras de información, debido a que carecen de cuerpos académicos de investigadores y sus actividades son imperceptibles, inclusive omiten informar sobre sus eventos relacionados con la semana científica, cultural, deportiva o por aniversarios.

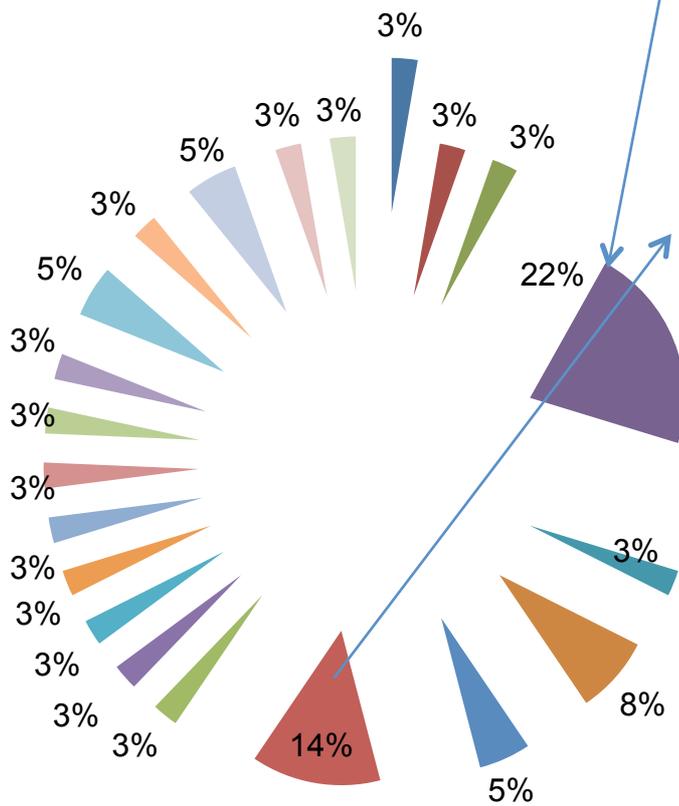
En gran parte esto se debe a la falta de vinculación con los impresos o bien no cuentan con una oficina de comunicación social, con personal responsable y competente para nutrir a los medios continuamente de información y, como mencionaba en sus clases el maestro cubano Nelson Notario Castro (qepd), “Cómo comunicar más y mejor desde una oficina de comunicación”, si no saben comunicarse internamente.

Figura 8. Temáticas educativas publicadas más frecuentes en 2010  
1 de 4



Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de los periódicos.

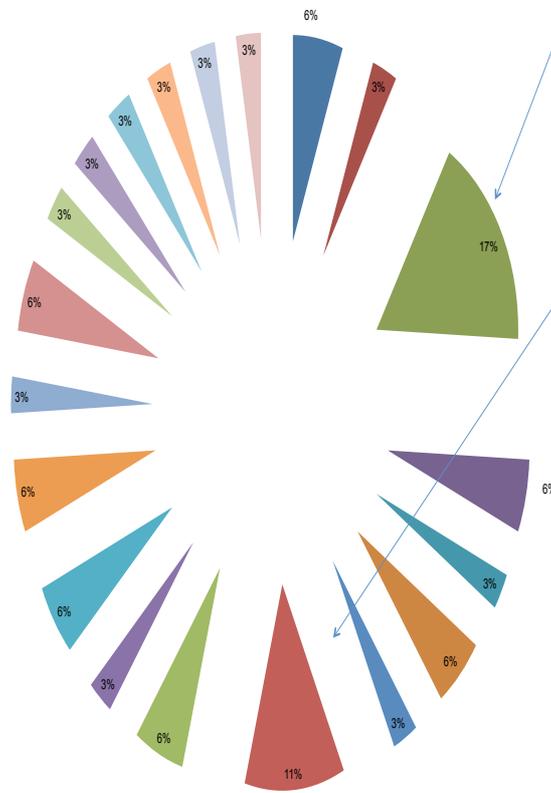
Figura 9. Temáticas educativas publicadas más frecuentes en 2010  
2 de 4



- Calidad y reformas educativas prioridad para SEPH en 2010/Edu. Bás.
- Fuera aviadores de la SEPH, anuncia Ruíz de la Barrera/Educ. Bás.
- Reforma a jubilaciones en ISSSTE mejorará trabajo en SEPH/Educ. Bás.
- Ausentismo de estudiantes en el regreso a clases/Educ. Bás.
- Desconocen parámetros de la SEP para definir grado de marginación de escuelas/Educ. Bás.
- Roban computadoras de Jardín de niños con valor a 30 mil pesos/Educ. Bás.
- Estudian en una "escuelita" de madera alumnos de Agua Blanca/Educ. Bás.
- Regresan hoy a clases 600 mil alumnos/Educ. Bás.
- Ocupa el estado quinto lugar nacional en rezago educativo/Educ. Bás.
- Despreocupan a SEPH problemas que sufren docentes y alumnos en aulas/Educ. Bás.
- Muchos profesores hidalguenses han perdido los valores/Educ. Bás.
- Deserta de Bachillerato 10% de alumnos/Educ. Bás.
- Preservan grupos étnicos por medio de educación intercultural y bilingüe/Educ. Bás.
- Más de 13 mil docentes laboran con guía didáctica de SEPH/Educ. Bás.
- Preparatorias de la UAEH entre las mejores 20 del estado/Educ. Med. Sup.
- Más fondos a educación/Educ. Gral.
- Recomendamos dieta para prevenir enfermedades de vías respiratorias/Educ. Gral.
- Impulsa UAEH patrimonio artístico de Hidalgo/Educ. Sup.
- Recomendamos prudencia en gastos para superar "cuesta de enero"/Educ. Sup.
- Estudiantes de Yucatán rechazan credencial de descuento y continúan protestas/Educ. Sup. Nac.
- Ofrecerá curso UAEH para fomentar hábito de la lectura/Educ. Sup.

Fuente: Elaboración propia con base en los datos del análisis de los periódicos.

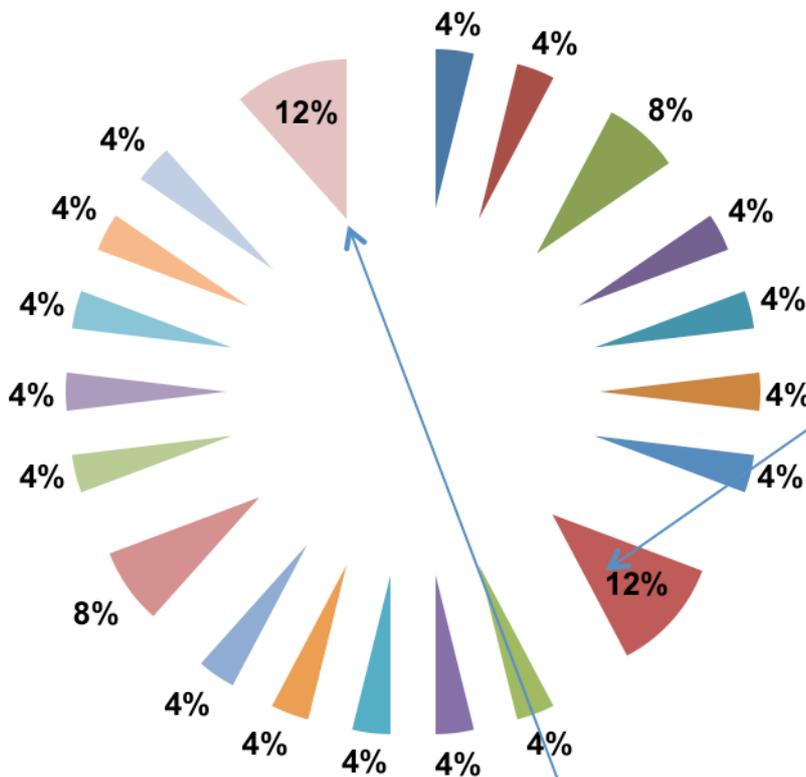
Figura 10 Temáticas educativas publicadas más frecuentes en 2010  
3 de 4



- Cambian horario en escuelas, seguirá el frío/Educ. Bás.
- En escuelas piden apoyo para poder brindar mejor educación/Educ. Bás.
- Padres de familia bloquean autopista/Educ. Bás.
- Estudiantes recibirán conferencias sobre Independencia y Revolución Mexicana/Educ. Bás.
- Alumnos platican experiencia en EUA/Educ. Bás.
- Alumnos del CECYTEH realizan sus practicas/Educ. Med. Sup.
- Al 40% la edificación COBAEH/Educ. Med. Sup.
- Víñetas UNIVERSITARIAS /Educ. Gral.
- Reinician apertura "mochila" en el Estado /Educ. Gral.
- Imparte UAEH posgrado de especialidades odontológicas/Educ. Sup.
- Quieren el centro Nacional de Investigaciones en Metalurgia extractiva/Educ. Sup.
- Científica de la autónoma realizó investigaciones geoquímicas /Educ. Sup.
- Se oponen grupos feministas a prohibir el aborto/Educ. Sup.
- Crisis económica podría ser la segunda depresión de la historia/Educ. Sup.
- Iniciarán negociaciones para pliego pettorio SPAUAEH/Educ. Sup.
- Panorama económico para Hidalgo no es muy bueno/Educ. Sup.
- Universidades deben revertir término "indigencia educativa"/Educ. Sup.
- Presenta Tec de Monterrey observatorio estratégico/Educ. Sup.
- La Salle abre diplomado de género/Educ. Sup.
- Estudiantes raro que lean/Educ. Sup.

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de los periódicos.

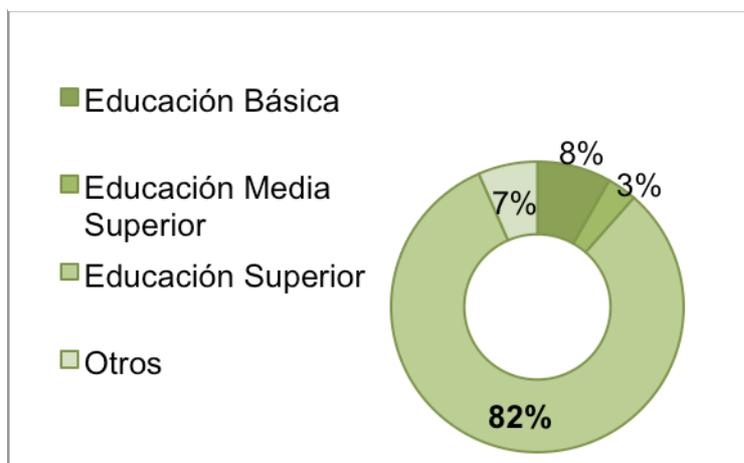
Figura 11. Temáticas educativas publicadas más frecuentes en 2010  
4 de 4



- Simposio de Física y Aritmética en la UAEH/Educ. Sup.
- CONACYT apoyará seis programas de la UAEH/Educ. Sup.
- Desconocer leyes genera corrupción/Educ. Sup.
- Cuidar el agua es vital: ITP/Educ. Sup.
- Desarrollan un hongo que protege cultivo de Chile/Educ. Sup.
- Instituto potosino de Investigación/Educ. Sup.
- La Salle oferta calidad/Educ. Sup.
- En lunes cívico se compromete gobernador a privilegiar la educación/Educ. Med. Sup.
- Anuncia cambio de directores en SEPH/Educ. Med. Sup.
- Inauguran encuentro de Historia/Educ. Sup.
- Investiga UAEH efectos antidepresivos/Educ. Sup.
- Alarmas sísmicas del IPN avisará por celular /Educ. Sup. Nac.
- Posgrados de calidad en Mecatrónica UPP/Educ. Sup.
- Realizarán servicio social 650 pasantes de medicina en nosocomios/Educ. Sup.
- Prevalece interés por la educación/Educ. Sup.
- Pugnan por el reencuentro de enseñanza/Educ. Sup.
- Abren convocatoria para licenciatura abierta/Educ. Sup.
- Indagan los motivos de la salida de investigadores SNI/Educ. Sup.
- Poco interés de jóvenes en política especializada/Educ. Sup.
- Más programas en 2010/Educ. Sup.

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de los periódicos.

Figura 12. Anuncios e inserciones en la prensa de 2010 (oferta educativa-avisos y esquelas)



Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de los periódicos.

La publicidad educativa forma parte de la información general del periódico, en este caso el porcentaje de inserciones localizadas son mayormente las de *Educación Superior* privada y el medio donde más se publicitan es *El Sol de Hidalgo*.

De esta manera las IES dan a conocer a la población su oferta educativa de próximos periodos para preinscripciones. También la *Educación Básica* particular se anuncia con el fin de hacer públicas las convocatorias que emiten, así como comunicados, calendarios escolares, esquelas y obituarios por fallecimiento de maestros destacables y en el caso de la Universidad La Salle Pachuca (ULSA) publica un espacio para la reflexión, reconocimiento a un personaje o un tema en específico. En 1910 no hay anuncios publicitarios<sup>20</sup>.

<sup>20</sup> Es un mensaje destinado para dar a conocer un producto, suceso o similar al público. Actualmente los anuncios están relacionados con un propósito persuasivo y están encauzados a la promoción de artículos, productos y servicios. El mayor ámbito de actuación de los anuncios son los medios de comunicación.

Hasta ahora se ha mostrado una descripción general de la notas y los impresos analizados, situación que da cuenta de la concentración en algunos caso o de la ausencia de temas educativos.

Es importante precisar que para efectos de cálculo y orden, algunas temáticas se agruparon cuando éstas se repetían, pero en su mayoría se optó por clasificar las cabezas de las notas publicadas, lo que permitió comparar y prestar atención en la diversidad de temas que ocupan las páginas de los periódicos.

En la práctica, en 2010 no se observa que los medios sean equitativos con la información del nivel Superior o Posgrado.

De acuerdo con los resultados comparativos entre los nueve diarios, los datos indican que el que menos diversidad y cobertura de notas educativas tiene es *Unomásuno*, mientras que *Síntesis* y *El Independiente*, poseen la mayor cobertura, aunque este último aborda más temas referentes a la fuente

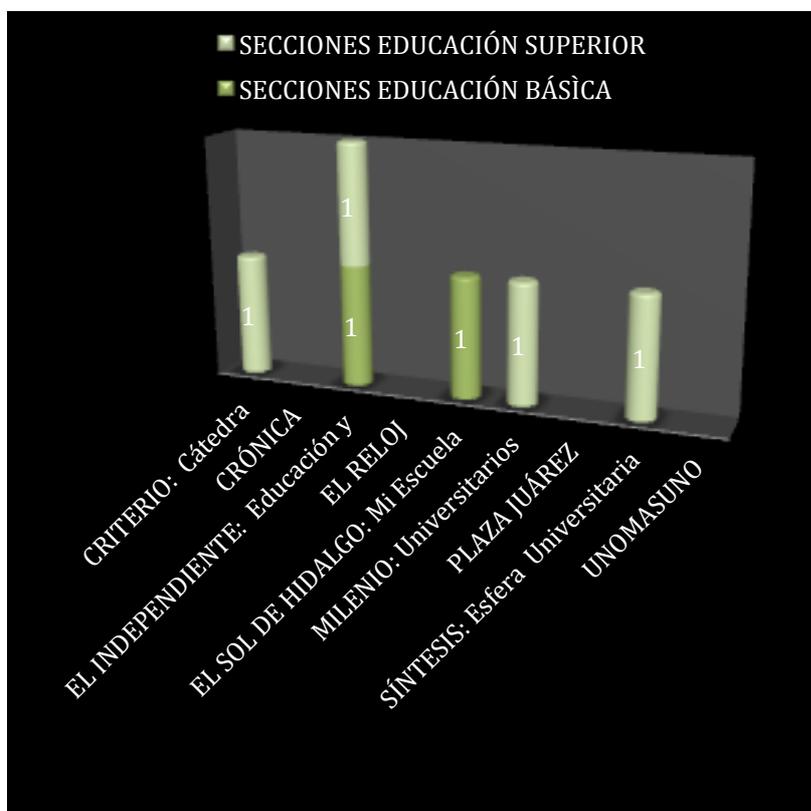
Figura 13. Distribución de secciones educativas que cuentan los impresos analizados (planas) 2010

principal que le proporciona la UAEH.

En el caso de los nueve periódicos revisados, cuatro de éstos cuentan con secciones fijas y especiales para la información. Dedicar una plana al nivel *Superior* y extraordinariamente insertan notas sobre *Posgrado*, a excepción de

---

*Milenio* que por lo regular es media plana. Respecto a la *Educación Básica* son dos los impresos, *El Independiente* que destina una página de lunes a viernes y *El Sol de Hidalgo*, 2 veces por semana, y este último incluye en la primera sección una nota de educación *Superior* en cada edición.

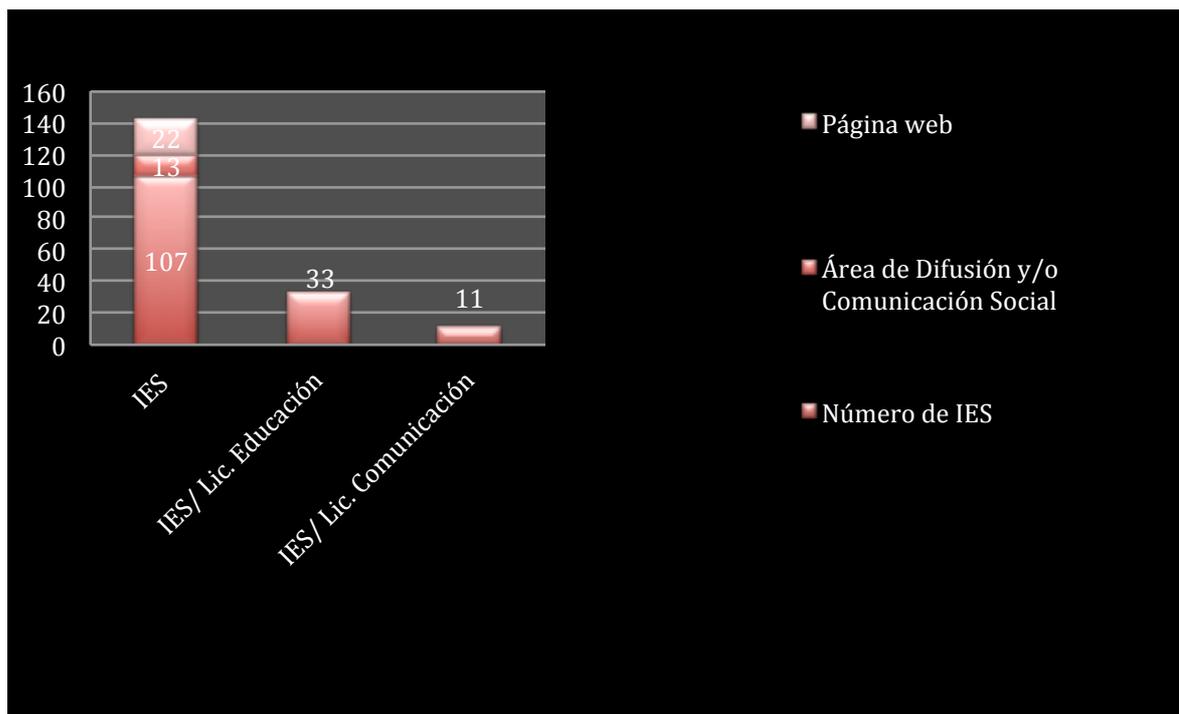


Fuente: Elaboración propia con base en los datos analizados en los periódicos.

## 7. Oferta educativa y formación universitaria

### 7.1. Distribución de Instituciones de *Educación Superior* en el Estado de

Figura 14. IES: Clasificadas en educación y comunicación (que cuentan con área de difusión y página web)



Fuente: Elaboración propia con base en los datos arrojados de los cuestionarios aplicados.

### Hidalgo

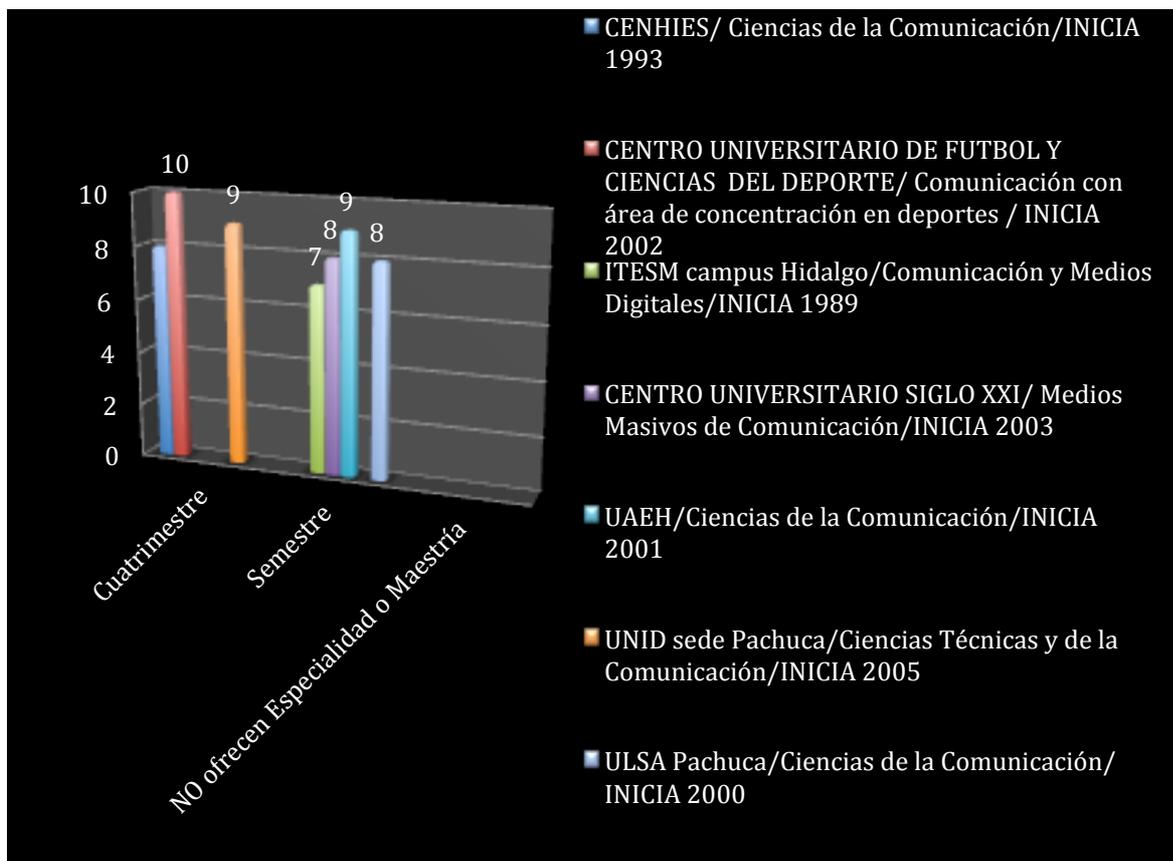
En Hidalgo, se cuenta con 107 escuelas de Educación *Superior* que ofertan distintas áreas del conocimiento, de acuerdo a la dirección de Comunicación Social de la Secretaría de Educación Pública en el estado de Hidalgo (SEPH). De esas, 33 en Educación con variables programas y perfiles, 11 en Ciencias de la Comunicación y/o equivalente. Sólo 13 tienen área de Comunicación social y 22 tienen página web. Fuente: propia.

Desde hace más de 15 años se ofrece la licenciatura en *Ciencias de la Comunicación y/o equivalente*, actualmente en la capital se encuentran seis IES particulares y una pública que la ofertan, aunque tres IES la dan entre sus opciones para los jóvenes de los 84 municipios de la entidad, pero éstas no han sido abiertas por falta de matrícula. Caso especial en el ITESM desde 1989 se ofrece inicialmente un semestre que en ese año no logró completarse el mínimo de alumnos, fue y es tronco común y el resto del programa se cursa en otros campus de la República Mexicana, esta es la más antigua, pero no ha conquistado abrir la carrera completa.

## **7.2. Distribución de Oferta educativa en Ciencias de la Comunicación y/o equivalente**

Al analizar los resultados sobre la oferta educativa de las IES, destaca que seis son particulares y una pública, su modalidad educativa consta de cuatrimestres, mientras que las otras son semestres, ninguna ofrece materia con Especialidad en *Periodismo Educativo*. El Director de la Universidad Panamericana, José Luis Ortiz, en el reportaje *Las Mejores Universidades* dice “El balance entre teoría y práctica, contenidos de humanidades [...] es la principal característica de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación. (*Reforma*, 2010).

Figura 15. Oferta educativa del estado de Hidalgo



### 7.3. Aspectos del perfil de egreso de los alumnos de las carreras de Ciencias de la Comunicación y/o equivalente y difusión a través de sus páginas web.

**TABLA 3.**

Descripción del nombre de la carrera en Ciencias de la Comunicación y/o equivalente, y aspectos del perfil de egreso. Su presencia en el internet y conectividad con la prensa.

<b>LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y/O EQUIVALENTE</b>	<b>PERFIL DEL EGRESADO</b>	<b>PÁGINA WEB</b>
1. Centro Hidalguense de Estudios Fuente: Elaboración propia con base en los datos de sus páginas web.	El egresado estará capacitado para:	✓ Inactiva y sin Actualización.
<b><u>CENHIES/ Ciencias de la Comunicación</u></b>	2. Centro Universitario de Futbol y Ciencias del Deporte/ <b><u>Comunicación con área de concentración en deportes</u></b>	El egresado será capaz de: ✓ -Insertarse en el campo laboral relacionado con el mundo del deporte. -Identificar y analizar los acontecimientos del entorno social, vinculándolos con el devenir histórico e incorporándolos a los procesos de comunicación. -Plantear y desarrollar su

actividad profesional con el objetivo de crear y desarrollar empresas y sistemas de comunicación.

-Manejar de forma óptima las relaciones interpersonales.

-Conocer, desarrollar y aplicar las técnicas adecuadas que le permitan un manejo de los medios de comunicación masiva e individual.

-Analizar, proponer y transformar su entorno social.

-Tendrá capacidad de liderazgo en el ámbito laboral.

### 3. Instituto

Tecnológico de Estudios

Superiores Campus

Hidalgo ITESM/}

**Comunicación y**

**Medios Digitales**

El egresado estará capacitado para:

-Para cumplir cabalmente con la misión del Sistema ITESM, se imparten cursos selo dirigido a inculcar en los estudiantes la honradez, el respeto a la dignidad humana, el aprecio por los valores culturales, históricos y sociales de la comunidad y del país, el espíritu emprendedor, el liderazgo, el respeto por el medio ambiente y vocación de compromiso con las comunidades.

-Mediante los cuales se

✓

Activa

Con portal de noticias, pero sin vínculo con la prensa.

desarrollan habilidades de comunicación oral y escrita y de lectura crítica, y se refuerza el aprendizaje del idioma inglés para aplicar en forma eficiente y en el área de su especialidad a lo largo de sus estudios.

-Los métodos de enseñanza promueven que los estudiantes adquieran habilidades y hábitos como aprender por su cuenta, trabajar en equipo, negociar y tomar decisiones.

-Procesar información; ser creativos, ordenados, disciplinados, puntuales y tener sentido de organización y responsabilidad.

4. Centro

Universitario

Siglo **XXI**/

**Medios Masivos de Comunicación**

5. Universidad

Autónoma

del

Estado

de Hidalgo

**UAEH/**

**Ciencias de la Comunicación**

El egresado estará capacitado

✓

para:

-Analizar y resolver problemáticas en materia de comunicación.

-Explicar, analizar, criticar y contribuir a la transformación de los procesos comunicativos que ocurren en la sociedad.

Activa, dinámica y

Actualizada

Con hipervínculo a la Dirección

General de

Comunicación

Social y Relaciones

Públicas.

-Ejercer las formas, medios y tecnologías que le permitan actuar con ética.

-Contribuir al desarrollo de la sociedad a partir de la comunicación organizacional, el periodismo o la investigación con capacidad crítica y habilidades intelectuales.

-Para ello se le forma con conocimientos, habilidades, actitudes y valores.

6. Universidad Interamericana para el Desarrollo UNID/ Ciencias Técnicas y de la Comunicación	El egresado estará capacitado para: -El Licenciado en ciencias y técnicas de la comunicación es un profesional capaz de aplicar sus conocimientos con un alto nivel técnico/instrumental que le permita realizar sus tareas con eficiencia, responsabilidad y lealtad institucional para la solución de problemas específicos en los campos de la comunicación organizacional, la mercadotecnia y publicidad y la Producción multimedia. -En el campo de trabajo como empresas periodísticas, radiodifusoras, empresas televisivas, agencias de	✓ Activa Sin opciones de difusión para la prensa.
---	---	---

---

publicidad y oficinas de prensa.

7. Universidad de la Salle Pachuca <b>ULSA/</b> <b>Ciencias de la Comunicación</b>	<p>El egresado estará capacitado para:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Detectar necesidades y explicar problemas comunicacionales a través de la realización de estudios diagnósticos de acuerdo con los principios teóricos y metodológicos.</li><li>-Conceptuar ideas y diseñar estrategias de comunicación mediáticas y no mediáticas.</li><li>-Coordinar el diseño, la aplicación, el seguimiento y la evaluación de estrategias comunicacionales, participando en equipos en ámbitos científico, educativo, político, social, cultural y empresarial.</li><li>-Coordinar el diseño, la aplicación, el seguimiento y la evaluación de estrategias comunicacionales en radiodifusoras, televisoras, agencias de noticias, compañías editoriales, productoras de cine, multimedia, video, audio y animación.</li><li>-Diseñar y producir mensajes con carácter publicitario, propagandístico, informativo,</li></ul>	✓ Activa y actualizada con hipervínculos a noticias y eventos, pero sin vínculo con la prensa.
--	---	---

---

educativo y de  
entretenimiento.

-Diseñar, gestionar y promover con actitud emprendedora, proyectos que den respuesta a problemas vinculados con responsabilidad social.

-Desarrollar su práctica profesional incorporando el empleo para la gestión de la información y como herramienta para el aprendizaje y la actualización, así como el uso de una comunicación en español e inglés.

-Consolidar una actitud de respeto y valoración por sí mismo, por los demás, por diversas culturas, así como contraer un compromiso de respeto a los valores.

---

Fuente: Cuestionario de aplicación y consulta de páginas web de las IES.

Al comparar los perfiles de egreso entre las diferentes IES que ofertan la carrera de *Ciencias de la Comunicación y/o equivalente*, indican que forman profesionistas con aptitudes, analíticos, con responsabilidad social y valores; cabe mencionar que de acuerdo a cada una de sus áreas de énfasis es la forma en que los profesionistas pueden insertarse al mundo laboral, pero ninguna específicamente en comunicación o periodismo educativo.

Sin apropiación, como señala Real (2005), “El Periodismo [la comunicación] vive hoy, al igual que ayer, una crisis de identidad profesional, mientras que para Galdón (1999) el problema radica “en que aún andamos mezclando Comunicación e Información.

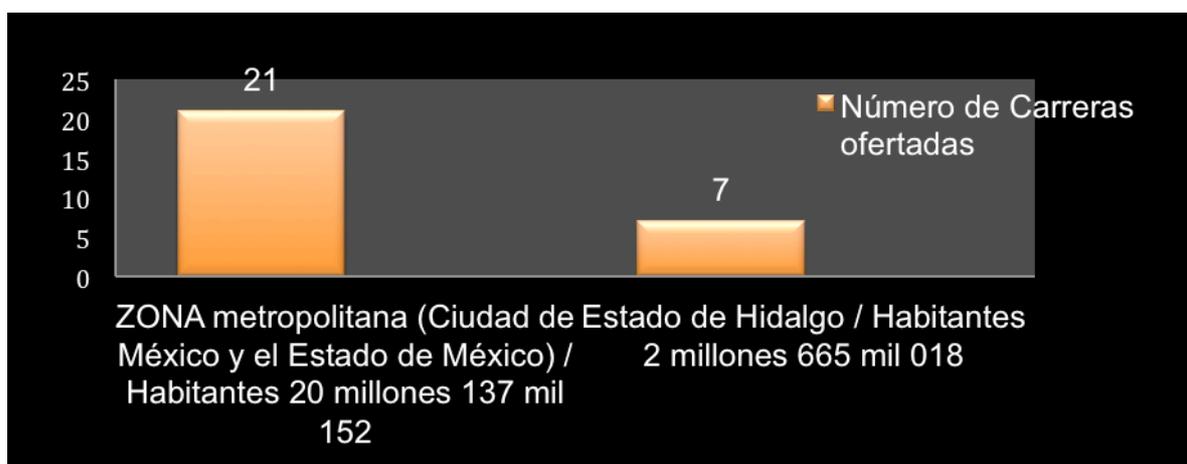
Asevera que las fronteras entre Publicidad, Relaciones Públicas, Comunicación Institucional, Narrativa Audiovisual y Periodismo no están claramente definidas”, y que bajo el título de periodista cabe el sesudo director... hasta el paparazzi [reportero] más desvergonzado y amoral... (Galdón, 1999).

....Almansa (2005) informa que Internet ha convertido a los profesionales de la comunicación en periodificadores de contenidos. La creación, y consolidación de la red...ha obligado a interiorizar nuevas herramientas comunicativas...Por ello el panorama mediático conduce a brindar y renovar la información todos los días.

De ahí la necesidad de las instituciones, porque así lo permite la tecnología, de ofrecer un material disponible (texto e imágenes)... (Almansa, 2005). Este análisis permite ver el panorama de las siete IES, de la necesidad de las salas de prensa, como Almansa (2005), define son una vía de comunicación con los públicos externos. Que nutren informativamente a los diarios locales y permiten actualización informativa generada por la universidad que puede consolidar la imagen.

Se hace un comparativo con la zona Metropolitana de la Ciudad de México, que ofrece 21 licenciaturas en *Ciencias de la Comunicación, Periodismo y/o equivalente* (Además ofertan posgrados) que se ubica a una hora de Hidalgo, en este estado hay siete opciones, en total existen 28 alternativas, que dada su cercanía la movilidad estudiantil se facilita.

Figura 16. Comparativo de escuelas en ciencias de la comunicación y/o equivalente



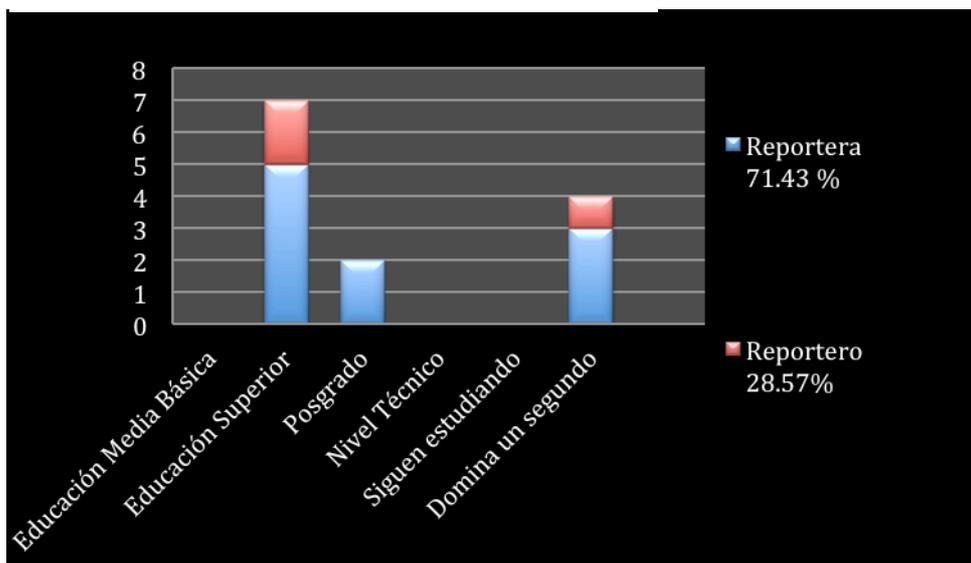
Fuente: (Censo de Población y Vivienda 2010, INEGI)

## 8. Aspectos generales de la diversidad de Sujetos sociales

### 8.1. Aspectos profesionales de reporteras (os) que cubren la fuente educativa

A partir de la apertura de IES que ofrecen la carrera de *Ciencias de la Comunicación* se profesionaliza el medio periodístico, hoy reporteras (os) que cubren la fuente educativa cuentan el 100 por ciento con nivel *Superior* siendo el 71.43% mujeres lo que no era cotidiano hace 20 años en la prensa escrita local y mucho menos hace 100, hoy aspiran lograr un *Posgrado*, otras dominan un segundo idioma y un 70% son nacidas en el estado de Hidalgo.

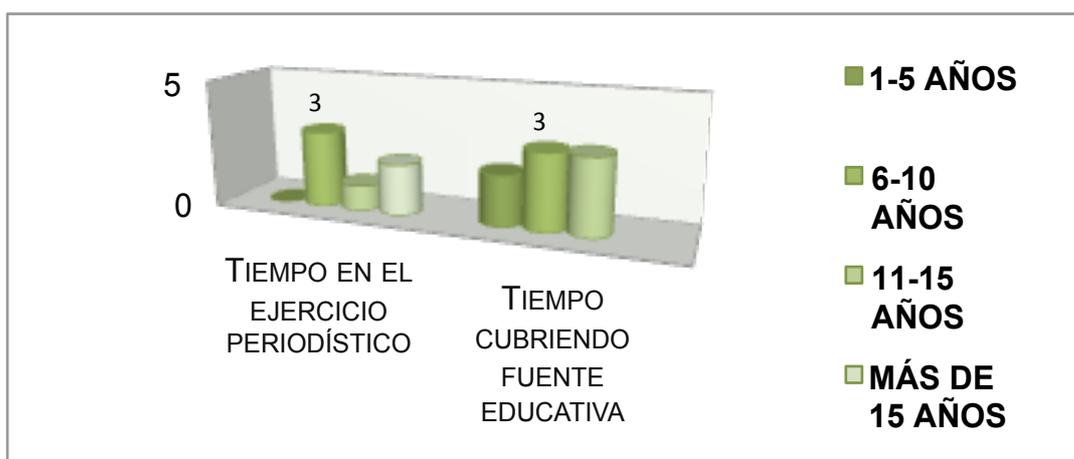
Figura 17. Nivel educativo de reporteras (os)



Fuente: Elaboración propia con base a los datos arrojados de los cuestionarios aplicados.

*Las reporteras (os) en promedio llevan cinco años laborando en un impreso diario y al mismo tiempo cubriendo la fuente educativa, aunque cinco tienen asignadas otras fuentes. Hasta el momento no han recibido cursos de capacitación en periodismo educativo.*

Figura 18. Tiempo laborando en el ámbito periodístico



Fuente: Elaboración propia con base a los datos arrojados de los cuestionarios aplicados.

## 8.2 .Aspectos de jerarquización y cobertura de la información educativa

Figura 19. Jerarquización de información

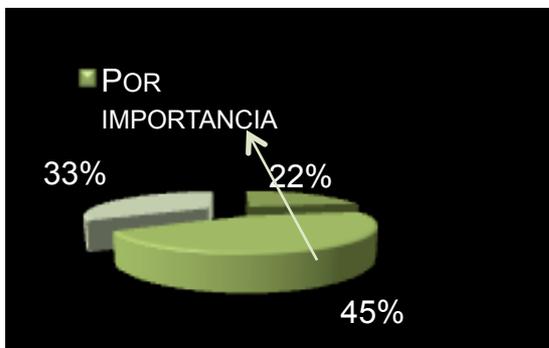
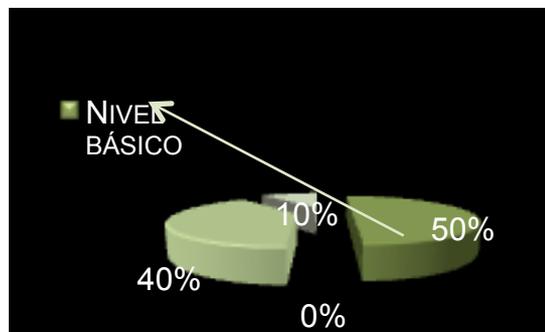


Figura 20. Fuente educativa que le nutre información



Fuente: Elaboración propia con base a los datos arrojados del cuestionario aplicado.

Las encuestas exponen que la manera de jerarquizar su información es por agenda u orden del día que su jefe de información les designe; y en segundo lugar, por intereses comerciales debido a que si es publicidad o notas pagadas (información institucional y/o inserciones con costo) tienen mayor prioridad para insertarse en la edición diaria.

La fuente que más información genera es la de *Educación Básica*, posteriormente la de *Superior*, coincidente con los datos de la

### 8.3. Aspectos y función de las áreas u oficinas de comunicación social de las IES

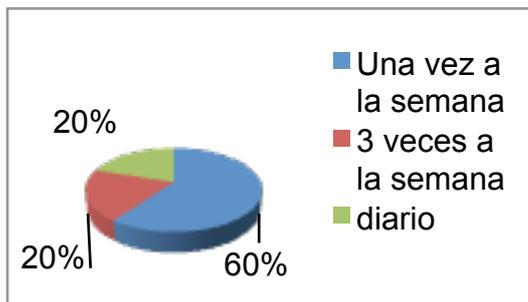
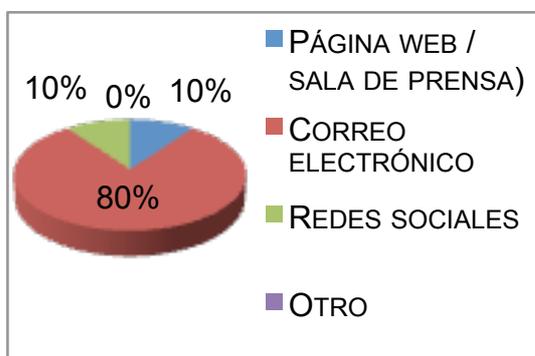


Figura 21. Distribución de boletines

La función de las áreas de comunicación social de las IES, es primordialmente velar por la imagen pública educativa y difundir el quehacer interno, por ello la importancia de contar con áreas de comunicación social. La UAEH es la institución que posee una dirección eficaz con numeroso personal responsable en diferentes áreas que permite dar a conocer de difusión tanto de lo que se ha hecho como lo que falta por hacer.



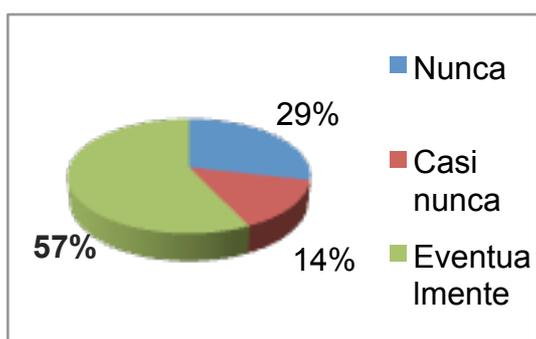
Gráfica No. 22.-Fuente propia

Figura 22. Envío de boletines

Sin embargo, en menor proporción ULSA, ITESM, ITP. UPN, CUC, UPP, ITSOEH, UPM, UTT y UNID, entre otras, son instituciones que cuentan con oficinas de relaciones públicas y/o comunicación social, que buscan nutrir a los medios con información, eventos, convocatorias a conferencias, cursos, diplomados y educación continua.

Como se observa en las gráficas, existe interés para emitir boletines, comunicados o aclaraciones por lo menos una vez a la semana, acción que depende de las actividades de las IES, pero más de la concientización por informar a la prensa y del mismo interés institucional. La información es enviada a través del Internet y sus diversas aplicaciones que permite una comunicación rápida en cualquier punto para todos los medios.

Figura 23. Contratación publicitaria

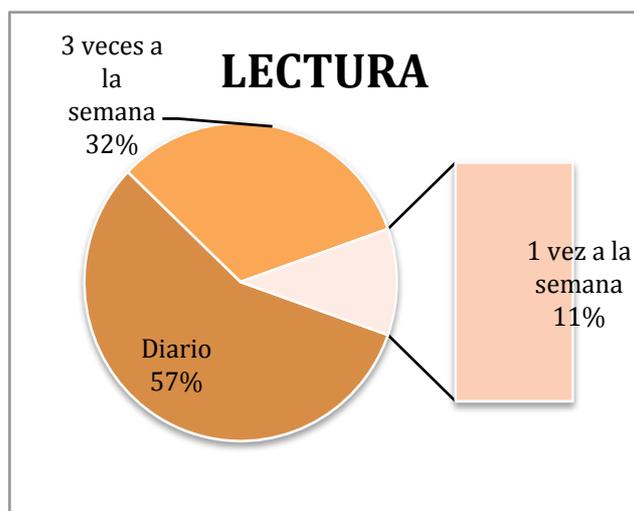


Fuente: Elaboración propia con base en los datos de sus páginas web y resultados de los cuestionarios aplicados.

En el 2000, de acuerdo a la fuente del Instituto Hidalguense de Educación Media Superior y Superior (IHEMSYS), existían cinco escuelas que ofrecían la carrera de Técnico Superior Universitario y 28 licenciaturas; cinco ofertaban *Posgrado*; actualmente se cuenta con 107 escuelas de Educación *Superior*. Los sujetos de estudio consideran que existe apertura, hay mucho que decir del quehacer educativo por parte de los medios a incluir información tan diversa para mantener a la población informada; sin embargo, en ocasiones eventuales se recurre a pagar o contratar publicidad para insertar información trascendente o que requiere de mayor espacio.

#### 8.4. Aspectos de la opinión pública de los sujetos sociales

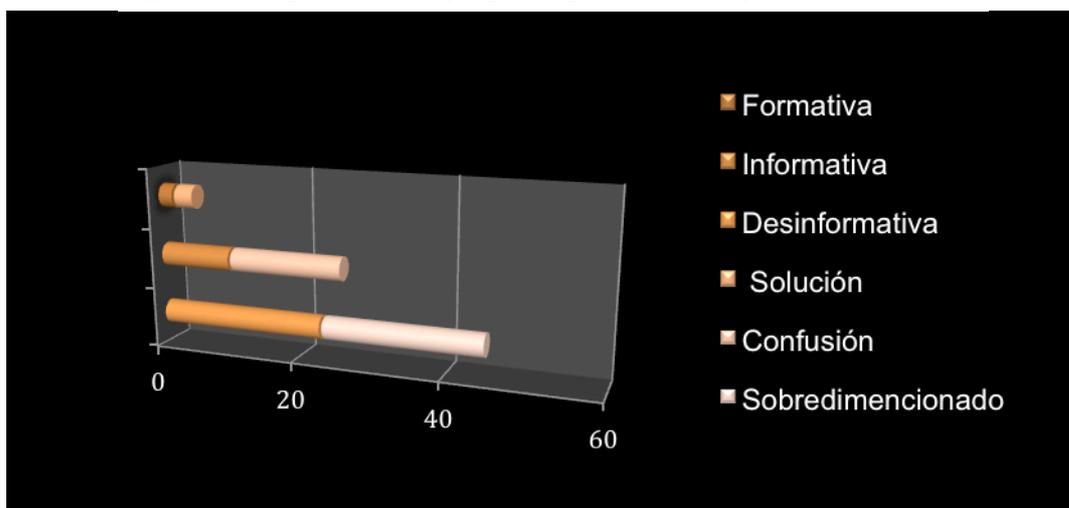
Figura 24. Periodicidad de lectores de la prensa



En esta distribución se ven tres opiniones como es la frecuencia con que leen periódicos locales, la mayor es la opción diario que concentra el 57% y registra que el tipo de lectura que encuentran en la información para este rango es mayormente sobredimensionada y desinformativa.

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de los cuestionarios aplicados.

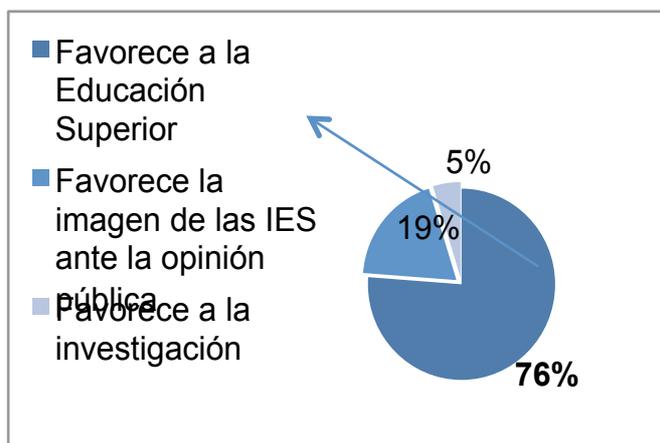
Figura 25. Tipo de mensaje que se percibe en la prensa



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de los cuestionarios aplicados.

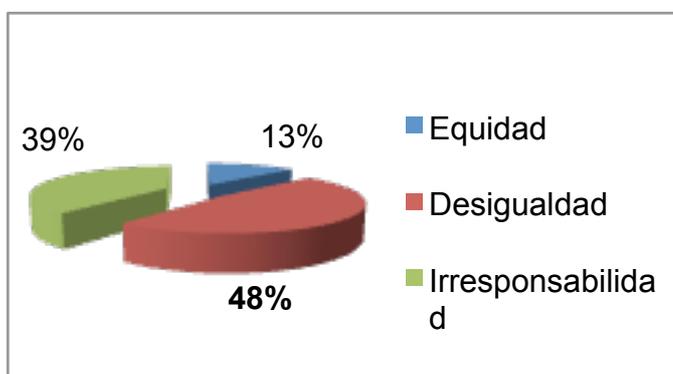
Ante la opinión de los encuestados, el incremento y la apertura de otras opciones de periódicos en la última década, favorece a la Educación *Superior* y a su imagen ante la opinión pública, que cada vez más buscan espacios informativos. Es posible afirmar que existe un esfuerzo por parte de las empresas periodísticas de que logren cada vez más que la población los lea.

Figura 26. Incremento de medios impresos



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de los cuestionarios aplicados.

Figura 27. Los periodicals informan



Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de los periódicos.

Pero esto no es suficiente, creen que preexiste, en su opinión, desigualdad el 48% como se aprecia en la distribución, en temas que son de interés del ciudadano como lo es la educación en general.

De la mano está la orientación que puedan dar sobre todo a los egresados de bachillerato o nivel *Medio Superior* que desean ingresar al *Superior*, donde los periódicos influyen debido

a que circulan en los municipios y así la población conoce la oferta educativa que existe, sobre todo en la capital del Estado y en su zona metropolitana, donde se concentra el mayor número de IES. Sin embargo, los datos arrojan que 48% opina que a veces influyen, pues algunas instituciones están consolidadas y no requieren de publicidad.

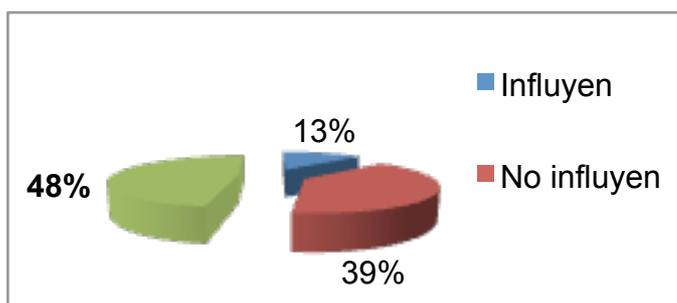
## **PRINCIPALES RESULTADOS**

1. Encontramos que durante 1910, un año donde predomina un periodismo ideológico, moralizador y al servicio principalmente de ideas políticas, que iniciaran desde la prensa, hombres y mujeres en un escenario de persecución, época revolucionaria en la que la prensa aportó información histórica, hoy valiosa para este trabajo. Entre sus páginas aparece la nota que se convierte en noticia de primera plana, género periodístico que se presenta de forma breve y escueta, información significativa que reseña la cotidianidad de la educación, de sus maestros y de su población estudiantil, aunque con una simple redacción (gacetilla o nota de prensa) recoge hechos y sucesos.

2. En 2010, se cuenta con una prensa masiva con herramientas tecnológicas y humanas para llegar a todo tipo de lector, sin embargo la baja cobertura hacia los temas educativos evidencia que la educación hoy no es noticia de ocho columnas es parcial y pobre.

3. La diversidad de los temas entre 1910 y 2010 son comparables al cumplir la función de informar; sin embargo, se diferencian por sus propios contextos, que permiten reseñar y conocer la evolución del sistema educativo del estado de Hidalgo, con su propio lenguaje e intereses sociales.

Figura 28. Los periódicos orientan para la elección educativa



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de cuestionarios aplicados.

4. La propagación de otras opciones de periódicos en la última década, contribuye a la apertura informativa de la Educación Superior y a su imagen institucional ante la opinión pública. Cuatro de los nueve periódicos (*Síntesis*, *Milenio*, *Criterio* y *El Independiente*) cuentan con secciones fijas y especializadas destinadas a la Educación Básica y Superior y mínimamente a la de Bachillerato o equivalente.

5. De los nueve diarios analizados que circularon en 2010, los datos indican que el de menos diversidad de notas educativas es *Unomásuno*, mientras que *Síntesis* y *El Independiente*, poseen mayor cobertura, este último incide por abordar y destacar temas que le nutre de información la fuente de la UAEH.

6. Los temas relacionados con la Educación Básica son los que más se publican, le siguen los de Educación Superior, que presenta una variedad de temas significativos, desde culturales, académicos, científicos e institucionales. Caso contrario el nivel medio superior, que no es noticia.

7. Se encuentra el interés de algunas áreas de comunicación social de las IES, de emitir boletines, comunicados o aclaraciones, pero no suficiente para que por lo menos una vez a la semana figuren en los medios. Ante ello la UAEH se promueve al generar diariamente boletines informativos, que le permite estar constantemente en la prensa.

8. Sin embargo para la opinión pública que leen periódicos locales, registra que el tipo de mensaje que deja la lectura diaria de la información la consideran desinformativa y sobredimensionada.

9. Se considera que la publicidad insertada en la prensa sobre la oferta educativa orienta a los egresados de bachillerato o nivel medio superior, que desean ingresar al grado siguiente, al ser el nivel educativo que más se despliega en los diarios.

10. Hoy la información educativa exige un manejo distinto al de hace 100 años, a través de la profesionalización o especialización de los reporteras (os) en esta disciplina; pero también mayor apertura por parte de las IES por preservar vínculos con la prensa y mantener informada a la opinión pública fortaleciendo sus áreas de comunicación social para difundir constantemente sus actividades.

11. Los estudios científicos sobre la prensa, comunicación, periodismo y todo lo relacionado con la disciplina son recientes, éstos surgen a partir de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación en el UAEH, que se consolida y fortalece con el cuerpo académico y hasta el momento es la única IES que cuenta con profesoras investigadoras y con publicaciones sobre la materia, que fortalecen la información al ser noticia sus indagaciones.

12. El Periodismo Educativo no forma parte del plan curricular de las IES donde se imparte la carrera de Ciencias de la Comunicación y/o equivalente, tampoco existe un curso, diplomado, seminario o especialización en la materia, que requieren los egresados que por diversas circunstancias lleguen a cubrir la fuente de educativa en la prensa escrita.

13. Sólo algunas IES cuentan con blogs o páginas web en la red, pero no todas tienen un enlace informativo, es decir un portal de noticias actualizado, sala de prensa o gabinete de comunicación y difusión, donde incluyan boletines, material fotográfico y convocatorias, como lo innova la UAEH principalmente. Lo que hace una comunicación escasa y se refleja en los impresos al no figurar su institución, que para los historiadores de la prensa será un gran vacío.

14. En las notas revisadas la mayoría proviene de las IES y se omite fuentes como:

- Academias, barras o colegios de profesionistas
- Asambleas municipales (Comisión de Educación)
- Comisión de Derechos Humanos (Dirección general de educación)
- Consejo Consultivo Ciudadano (Comisión de Educación)
- Consejo de Ciencia y Tecnología del estado de Hidalgo (COCyTEH)
- Congreso del Estado (Comisión de Educación)
- Congreso de la Unión (representación legislativa hidalguense en la Comisión de Educación)
- Portales, alertas en Internet o páginas web especializadas en temas educativos
- Representación de la UNESCO en México.
- Portales de publicaciones científicas

15. La óptica que la prensa de 1910 y 2010 entrega a la opinión pública sobre el acontecer educativo, es visiblemente parcial. Se encuentra sesgada,

por lo que los periodistas o editores de cada época, la autoridad educativa quieren informar y lo que creen le interesa al lector y dejan fuera decisiones trascendentes. Por este motivo, un recuento recogido no debe ser calificado simple reflejo de la calidad del acontecer educativo, pues cada uno obedece a sus propios intereses comerciales y no informativos como función social de un medio de información.

Artículo recibido:

9 septiembre de 2012

Artículo aceptado:

3 diciembre de 2012

## Referencias

- Agenda Setting. (2011). Recuperado de <http://www.slideshare.net/guest6f24b6/agenda-setting>
- Almansa Martínez, Ana. (2003). *“Los gabinetes de comunicación en el siglo XX: aportaciones a la historia de las organizaciones”*. Universidad de las Islas Baleares: España: Palma
- Almansa Martínez, Ana. (2004). “Historia de los gabinetes de comunicación en España”. En *Revista Historia y Comunicación Social*. (Nº 9, páginas 5-21).
- Baena, Guillermina. (1999). *El discurso periodístico*. Cd. de México, México: Trillas.
- Crespo, Bartolomé. (2005). *Periodismo educativo*. Madrid: Síntesis.
- Censo de Población y Vivienda (2010) por parte del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Recuperado de <http://www.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx>
- Centro Hidalguense de Estudios Superiores CENHIES. (2011). Recuperado de <http://www.cenhies.edu.mx/>
- Centro Universitario de Fútbol y Ciencias del Deporte UFD. (2011). Recuperado de <http://www.ufd.mx/ufd/>
- Centro Universitario Siglo XXI. (2011). Recuperado de <http://www.uniopportunidades.com.mx/universidad/63/0/Centro+Universitario+Siglo+XXI>

Cohen, Bernard. (2004). Recuperado de <http://www.tema2.com/tcom/agendaSetting.htm>

Cohen, Bernard. (1963). *The press and foreign policy*, Princeton University Press, Princeton, NJ.

Fuentes, Navarro, Raúl. (1991). *Diseño Curricular para las escuelas de Comunicación*. Cd. de México, México: Trillas.

Fuentes, María. (1997). *Documentación y Periodismo*. Pamplona: EUNSA.

Galdón, Gabriel. (1999). *La enseñanza del periodismo. Una propuesta de futuro*. Barcelona: CIMS.

Instituto Tecnológico de Monterrey ITEMS. (2011). Recuperado de <http://www.itesm.edu/wps/wcm/connect/Campus/HGO/Hidalgo/>

“Las Mejores Universidades 2010”, *Reforma*, Suplemento mensual 03-2010, México: Autor. p. 14

Las salas de prensa virtuales en los gabinetes de comunicación de las universidades públicas españolas. (n.d.). 2011 Recuperado de <http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/las-salas-de-prensa-virtuales-de-los-gabinetes-de-comunicacion-de-las-universidades-publicas-espanolas/606/>

López, Yepes, José. (1989). *Fundamentos de Información y documentación*, Madrid: EUDEMA.

- Lovera, Sara. (2009). ***Reforma Integral de Educación Media Superior (RIEMS)***, Primera plana para la Educación, Carpeta Informativa para periodistas. Pachuca, Hidalgo, México.
- Marín, Jorge. (2005). Recuperado de [http://www.robertexto.com/archivo14/period\\_educat1.htm#EDUCATIVO](http://www.robertexto.com/archivo14/period_educat1.htm#EDUCATIVO)
- McCombs, M. (1985). (v. o. 1975) "*La comunicación de masas en las campañas políticas: información, gratificación y persuasión*" en Moragas, M. de (eds). Sociología de la Comunicación de Masas. Estructura, funciones y efectos, Barcelona: Gustavo Gili S.A.
- McCombs, M. y Shaw, D. L. (1972). "The Agenda-setting function of the mass media". *Public Opinion Quarterly*, nº 36, p. 176-187.
- "Opciones profesionales de Educación Superior", Revista *IHEMSYS*. (2000) Hidalgo, México: Autor. p. 3
- Real, Elena. (2005). "*Interrogantes en torno a los estudios de Periodismo*" *CIC* (Cuadernos de Información y Comunicación) 20-6. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/download/CIY>
- Rivadeneira, Raúl. (2007). *La Opinión Pública*. México D.F., México: Trillas.
- Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo UAEH. (2011). Recuperado de <http://www.uaeh.edu.mx/>
- Universidad Interamericana para el Desarrollo UNID. (2011). Recuperado de <http://www.unid.edu.mx/pachuca.html>
- Universidad la Salle Pachuca ULSA. (2011). Recuperado de <http://www.lasallep.edu.mx/ulsaweb/index.php>

## **Hemerografía**

El Sol de Hidalgo, Unomásuno, Síntesis (2010) Archivo Hemerográfico del Semanario Avanzando en Hidalgo, Pachuca, Hgo., México

El Periódico Oficial del Estado de Hidalgo (1910) Archivo General del Estado de Hidalgo (AGEH), Pachuca, Hgo., México

EL Sol de Hidalgo, Plaza Juárez, Archivo General del Estado de Hidalgo (AGEH), Pachuca, Hgo., México

Periódico El Heraldo del Estado de Hidalgo (1910) Archivo General de la Nación (AGN) Ciudad de México, México