



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
POSGRADO EN PEDAGOGÍA
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

LA REPRESENTACIÓN SOCIAL DE APRENDE EN CASA EN LOS CONDUCTORES DE IMAGEN TV

TESIS
QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:
MAESTRO EN PEDAGOGÍA

PRESENTA:
ZARAGOZA ALVAREZ ALFA SIRIO

TUTORA:
DRA. BARRÓN TIRADO MARÍA CONCEPCIÓN
IISUE

CIUDAD UNIVERSITARIA, CD. MX., JUNIO, 2022



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Resumen

En el año 2020 el Gobierno de México y las televisoras concesionadas, como Imagen TV, hicieron un convenio para transmitir el contenido de *Aprende en Casa* como parte de las acciones de la educación remota de emergencia. Los noticieros al ser parte importante de un canal de TV es trascendente saber qué imagen construyeron de *Aprende en Casa* antes y durante el convenio. Para estudiarlo se recurrió al análisis de contenido utilizando las categorías de Moscovici (1979). En específico, las tres dimensiones de una representación social y los tres sistemas de comunicación. Por otra parte, el corpus de estudio se formó de fragmentos de noticias que fueron publicados en YouTube en los canales oficiales de Imagen TV. El periodo de tiempo que se tomó en cuenta como criterio de exclusión para el corpus de estudio es el año 2020. Año en que los conductores de los noticieros de Imagen TV mencionaron las tres primeras versiones de *Aprende en Casa*. Finalmente, se consideró a Imagen TV debido a que fue una de las televisoras concesionadas que se benefició con el convenio.

Palabras clave

Pandemia, educación a distancia, comunicación de masas, Aprende en Casa

Índice

Introducción	1
Antecedentes	4
Objeto de representación, contexto y sujetos	32
Conductores de Imagen TV	32
Aprende en Casa y contexto	35
Método	42
Planteamiento del problema	42
Propósito de la investigación	43
Corpus de estudio	44
Análisis	46
Hallazgos	54
Versiones de Aprende en Casa	54
Conductores de Imagen TV	56
Actitud	59
Información	62
Campo de representación	67
Sistemas de comunicación	70
Actores de la educación	74
Discusión	78
Conclusiones	85
Referencias	89
Apéndice	94
Corpus de estudio	94

Introducción

Aprende en Casa es el nombre que le dió la Secretaría de Educación Pública (SEP) a la educación remota de emergencia para enfrentar la pandemia de COVID-19. En abril del año 2020 el secretario de la SEP informó que *Aprende en Casa I* fue pensado para concluir el ciclo escolar 2019-2020. El proyecto en su inicio consistió en emplear las televisoras públicas para transmitir el contenido educativo. Como fue el caso de TV UNAM (Moctezuma, 2020b). Entre los anuncios que dio el secretario de la SEP en conferencia de prensa y que marcaría el regreso a clases de manera presencial durante el año 2020 fue: “No vamos a regresar a clases hasta que sea seguro para nuestros niñas y niños y la comunidad escolar. Y esto no lo indica la autoridad sanitaria. Solo abriremos con semáforo verde” (Moctezuma, 2020e).

En agosto del año 2020 los contagios de COVI-19 estaban aumentando rápidamente en todo el país y el gobierno de México pedía a la población esforzarse en seguir las medidas de higiene (Secretaría de Salud, 2020). Por lo que, el presidente de México y el secretario de la SEP anunciaron el convenio con las televisoras concesionadas para transmitir el contenido de *Aprende en Casa II* y así continuar con el confinamiento. El propósito de recurrir a las televisoras privadas, además de que los actores de la educación se quedaran en casa, era porque permitía aumentar la cobertura de transmisión. Entre las televisoras que participaron se encontraba Imagen TV. El programa *Aprende en Casa II* se consideró para iniciar el ciclo escolar 2020-2021 y con la misma idea que *Aprende en Casa I*. Al convenio con las televisoras el secretario de la SEP lo llamó histórico debido a que: “nunca se habían juntado todos los medios públicos y privados por la educación” (Moctezuma, 2020g).

Debido a que las televisoras concesionadas tomaron relevancia en la pandemia para la educación, por el convenio con el Gobierno de México, se considera importante saber qué fue

lo que mencionaron los conductores de los noticieros de Imagen TV. La revolución de las comunicaciones a través de los libros, los periódicos y las medias ha permitido la difusión de imágenes, nociones y lenguajes (Moscovici, 1986). Por lo que, los comentarios de los conductores pudieron llegar a formar una imagen de *Aprende en Casa* en los actores de la educación. Asimismo, los que ven un noticiero pueden buscar una respuesta a un acontecimiento o ver las posibles consecuencias acerca de lo que está pasando (Dobkin & Pace, 2007). La pandemia de COVID-19 en el año 2020 generó muchas preguntas en cuanto a la educación, en especial sobre el regreso a clases, por lo que los noticieros pudieron tomar un mayor relevancia durante este periodo.

La investigación tiene la intención de describir la representación social de *Aprende en Casa* en los conductores de Imagen TV en el año 2020. De modo que, no se pretende establecer las condiciones de eficacia del mensaje o demostrar la influencia de los mensajes de los noticieros después de ser transmitidos. Para cumplir con el objetivo se optó por el análisis de contenido debido a que es difícil recrear la situación de los noticieros o que los conductores accedan a una entrevista. Por lo que, no se tuvo ninguna relación con ellos para la investigación. Al no tener ningún contacto con los conductores se tiene como ventaja una relación unidireccional con los datos. Esto permite estudiar un discurso más natural ya que no se influye en sus respuestas.

Al utilizar el análisis de contenido la información es lo único disponible para la investigación. Debido a que los datos exhiben su propia estructura se describen en función de unidades, categorías o variables (Krippendorff, 1990). Por lo que, para la construcción analítica se priorizaron las categorías que propone Moscovici (1979). La *información*, el *campo de representación* y la *actitud* permiten dar una idea de su contenido y sentido a la

representación social. Por otra parte, la *difusión*, la *propagación* y la *propaganda* posibilitan identificar la relación entre el emisor y el receptor (Moscovici, 1979). A partir de esas categorías se registraron unidades de contexto. En otras palabras, se hizo una lista de unidades de contexto después de revisar el corpus de estudio. Por ejemplo, en la dimensión de campo de representación se consideró en la lista el semáforo epidemiológico ya que se menciona constantemente junto con el tema de *Aprende en Casa*. Además el color del semáforo permitió integrar al receptor una clasificación a su nivel imaginativo.

Tener un criterio de exclusión para la construcción del corpus de estudio es indispensable para el análisis de contenido. Krippendorff (1990) describe que el especialista en análisis de contenido debe: “emplear todos los conocimientos que pueda obtener con el fin de diferenciar el material relevante del que no lo es” (p.94). De ahí que, se tomó en cuenta lo que indica Cuevas (2016) para la construcción de un objeto de estudio de una representación social: objeto de representación (*Aprende en Casa*), los sujetos (conductores de Imagen TV) y el contexto (pandemia de COVID-19). Finalmente, el corpus de estudio está formado por fragmentos de noticias del tema de *Aprende en Casa* que fueron publicados en Youtube en el año 2020 por Imagen TV.

Antecedentes

La noción de representación social manifestó un esfuerzo por renovar la teoría en la psicología social debido a que estuvo dominada durante mucho tiempo por el conductismo. Las insuficiencias del conductismo se debían al explicar las interacciones significativas (Jodelet, 1986). Específicamente, el fracaso se debía a la separación del objeto y del sujeto: “mediante el hecho de que la relación entre el sujeto y el objeto se reducían a una relación entre un estímulo y una respuesta, y se introducía una división entre el universo exterior y el universo interior” (Jodelet, 1986, p.477). De la misma manera, la noción de representación social estuvo influenciada por una tradición europea y esencialmente sociológica. Sin embargo, se tiene una diferencia con la perspectiva sociológica. Para los sociólogos, como puede ser el caso de orientación durkheimiana o marxista, su proposición es demasiado general lo que no permite comprender la especificidad de la representación en relación con otras producciones sociales como la ciencia, el arte, o la religión (Herzlich, 1975). Para el psicosociólogo la representación se actualiza en una organización psicológica particular y cumple una función específica. La representación en su carácter social contribuye a definir un grupo en su especificidad y no se confunde con una superestructura ideológica que le impone a un sujeto social (Herzlich, 1975). Además, la representación es uno de los instrumentos por el cual el individuo o el grupo, aprehende su entorno. Las estructuras sociales le son accesibles y la representación desempeña un papel en la formación de las comunicaciones y en las conductas sociales (Herzlich, 1975).

Moscovici (1979) describe que: “la representación social es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integra en un grupo o una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de su imaginación” (p. 18). Es decir, una representación

social es una modalidad particular del conocimiento, cuyo cometido es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos. Asimismo, está compuesta de expresiones socializadas (palabras, gestos y encuentros) que circulan y se cristalizan en la vida cotidiana. Sin embargo, cuando hay fenómenos extraños o fuera de lo habitual desencadena una nueva elaboración del pensamiento individual y del grupo. Por esa razón, los individuos se apropian de los lenguajes de la ciencia, la filosofía o la religión para extraer sus propias conclusiones (Moscovici, 1979). De manera análoga, menciona: “una representación social emerge donde existe un peligro de la identidad colectiva, cuando la comunicación de los conocimientos infringe las reglas que ha establecido respecto” (Moscovici, 1979, p.121). Finalmente, la representación social es un proceso dinámico que se caracteriza por la producción de comportamientos y su función práctica es la de facilitar la tarea de descubrir, predecir o anticipar la realidad social (Moscovici, 1979).

La representación social se elabora de acuerdo con dos procesos fundamentales de una sociedad y de un sujeto que se transforma: la objetivación y el anclaje. Jodelet (1986) explica que: “Estos dos procesos, la objetivación y el anclaje, se refiere a la elaboración y al funcionamiento de una representación social, pues muestran la interdependencia entre la actividad psicológica y sus condiciones sociales de ejercicio” (p.480).

1. Objetivación. Jodelet (1986) precisa que: “la objetivación puede definirse como una operación formadora de imagen y estructurante”. La objetivación lleva a hacer real un esquema conceptual o modelo figurativo. Al nombrar algo se imponen límites, propiedades y de algún modo se participa en la estructuración del objeto o del fenómeno (Moscovici, 1979). Por esa razón, Moscovici (1979) especifica que: “Nombrar es nombrar algo, en una palabra, objetivarlo” (p.170). Esto quiere decir, que la estructuración de lo real es de una serie de

informaciones parciales y seleccionadas (Moscovici, 1979). Ante todo, la función de la objetivación es concentrar la mayoría de los conceptos importantes, convertirse en la traducción inmediata de lo real y asociar los elementos indicados en una serie autónoma con una dinámica propia. Así, la objetivación contribuye a edificar simultáneamente el núcleo imaginante de la representación y la realidad social (Moscovici, 1979).

2. Anclaje. El anclaje es: “la integración cognitiva del objeto representado dentro del sistema de pensamiento preexistente y a las transformaciones derivadas de este sistema, tanto de una parte como de otra. Ya no se trata, como en el caso de la objetivación, de la construcción formal de un conocimiento, sino de su inserción orgánica dentro de un pensamiento constituido” (Jodelet, 1986, p. 486). El proceso de anclaje permite captar la manera cómo contribuyen a moldear las relaciones sociales y cómo las expresan. Por lo que el anclaje provoca una aprehensión de la modalidad particular del conocimiento (ciencia, filosofía o religión) por la sociedad y las funciones de aquella resultan determinadas por el marco en el cual se le da aprehende (Moscovici, 1979). Para explicar el anclaje Moscovici (1979) da un ejemplo: “se procede por anclaje cuando se pretende explicar la difusión de la genética por sus relaciones con la guerra biológica o la medicina, y se dejan en la sombra sus implicancias teóricas, las modificaciones que entrañan con respecto a la concepción de la naturaleza del hombre o de la religión” (p.122). En pocas palabras, el anclaje se delimita en el hacer y en la objetivación al ser. A través del proceso de anclaje para Moscovici (1979): “la sociedad cambia el objeto social por un instrumento del que puede disponer, y este objeto se coloca en una escala de preferencia en las relaciones sociales existentes” (p.121).

Por otra parte, Moscovici (1979) menciona que: “La organización social depende de la naturaleza del saber, independientemente de la capacidad del hombre para acceder a él”

(p.73). Por ese motivo, la sociedad prohíbe a sus miembros determinada visión de las cosas y a la participación en una cultura en gestación. Un nuevo saber puede amenazar la estructura social debido a que se cuestiona la legitimidad de las acciones y del código de interpretación. De ahí que cuando surge una nueva ciencia el individuo presenta conflictos. Es decir, el sujeto formula preguntas para las que no se tienen respuestas y se da respuestas en donde no se veían preguntas (Moscovici, 1979). Del mismo modo, Moscovici (1979) detalla:

“O bien un grupo conserva su visión y su práctica de lo real anteriores a la aparición de nuevos conceptos y se le escapa tanto el control del conjunto como la relación con un fragmento de la sociedad, o bien, si no quiere separarse de diversos sectores de la realidad, debe renunciar parcial o totalmente a lo que constituía su identidad” (p.74).

Se puede considerar que hay una necesidad de hacer concordar obligatoriamente los pensamientos. Esta es una característica profunda de la vida intelectual y social que le permite formar elementos que el mundo exterior que a menudo le obliga a tomar en cuenta. El conocimiento, desde tiempos antiguos, es percibido como un patrimonio de un grupo restringido. Muchas sociedades dieron forma institucional a la prohibición del conocimiento por lo que hay un rechazo de toda propagación que no lo destine a un grupo escogido (Moscovici, 1979). Por esta razón, Moscovici (1979) afirma: “Para que una concepción científica armonice con las conductas con las que nos identificamos, es necesario que se la separe de este grupo de ‘expertos’ ” (p.76).

El conocimiento presupone una práctica y una atmósfera propia que lo caracterizan. El individuo tiene un papel particular por lo que desempeñan en forma diferente su papel cuándo debe ejercer su oficio en el arte, en la técnica, en la ciencia, o en la formación de

representación social. Resolver problemas, dar una forma a las interacciones sociales, proporcionar un modelo a la conducta, son motivos para edificar una representación y trasvasar el contenido de una ciencia o de una ideología (Moscovici, 1979). Por ejemplo, Moscovici, describió que la gente piensa que vive en una época turbulenta, anormal, en la que el psicoanálisis encuentra su lugar en forma normal. En este espacio social lleno de inquietudes y conflictos el psicoanálisis se acepta porque su intervención parece adecuada. Esto quiere decir que los periodistas, sabios, técnicos o políticos proporcionan continuamente comunicaciones sobre las decisiones. El individuo parte de las observaciones y de los testimonios que se acumulan a propósito de estos acontecimientos corrientes. Así como el lanzamiento de un satélite, el anuncio de un descubrimiento médico, el discurso de un personaje importante, una experiencia narrada por un amigo, lectura de un libro, etcétera (Moscovici, 1979).

En la doctrina científica el pensamiento tiene por objetivo “la aprehensión de categorías”. En su funcionamiento hay dos sistemas cognitivos. El primero es un sistema operativo que procede por asociaciones, discriminaciones y deducciones. El segundo es el que controla, verifica y selecciona con ayuda de reglas (Moscovici, 1979). El pensamiento natural o formalismo espontáneo ocurre lo mismo pero con una diferencia: “las relaciones que constituyen el metasistema, son habitual y primordialmente relaciones normativas” (p.180). Es decir, por un lado se tienen algunas relaciones operatorias. Por el otro, las relaciones normativas que controlan, verifican y dirigen a las primeras. Los valores o los principios normativos están necesariamente ordenados (Moscovici, 1979). También explica que: “el pensamiento natural es por definición un pensamiento clasificatorio que se esfuerza por repartir y agrupar de la mejor manera posible los elementos que le conciernen en zonas bien delimitadas” (Moscovici, 1979, p.193).

La clasificación le permite al sujeto orientar las relaciones con el otro y con su medio circundante. Teniendo en cuenta que la clasificación permite elegir entre los diferentes sistemas de categorías, posibilita una equivalencia o diferencia y reconocer ciertos comportamientos para darles un nombre (Moscovici, 1979). El objetivo de la clasificación es: “consumar la transposición de las ideas, actualizarlas en el medio circundante de cada una y estandarizar las partes de este medio. La cadena de los acontecimientos entonces se hace comprensible y se llega a anticipar los comportamientos” (Moscovici, 1979, p.91).

La representación social cristalizada está acompañada de una conciencia de los límites entre los cuales puedes desarrollar un pensamiento. Por lo que, el individuo anticipa la perspectiva de una acción de una sucesión lógica. En otras palabras, el sujeto llega a una inferencia antes que las premisas debido a la presión ejercida por la sociedad. La conclusión define la zona de selección de las otras partes del razonamiento (Moscovici,1979). Moscovici (1979) agrega: “Por el hecho de que la conclusión es conocida, se desprende una impresión de repetición donde las inferencias particulares no son más que variantes de un mismo motivo. En este caso, la serie de los juicios se propone tanto traducir como demostrar lo que ya se ha enunciado” (p. 186). Del mismo modo, la representación social tiene tres dimensiones que dan una idea de su contenido y sentido: la información, el campo de representación y la actitud. Estas tres dimensiones permiten evidenciar la estructura de la representación social (Moscovici, 1979):

1. Información. La información se relaciona con la organización de los conocimientos que posee un grupo con respecto a un objeto social. El individuo se informa y representa una cosa únicamente después de haber tomado posición y en función de la posición tomada

(Moscovici,1979). Herzlich (1975) precisa que: “La información remite a la suma de conocimientos poseídos a propósito de un objeto social, a su cantidad y a su calidad -más o menos estereotipada, trivial u original por ejemplo-.” (p.399).

2. Campo de representación. Herzlich (1975) menciona que: “el campo de representación supone un mínimo de información que integra en un nuevo nivel imaginativo y que, a cambio, contribuye a organizar” (p.400). Al igual que la dimensión de información varía de un sujeto o de un grupo a otro según criterios específicos (Herzlich, 1975). Moscovici (1979) describe que el campo de representación: “remite a la idea de imagen, de modelo social, al contenido concreto y limitado de las proposiciones que se refieren a un aspecto preciso del objeto de la representación” (p.46). Para que exista un campo de representación, en un conjunto de opiniones, debe haber una unidad jerarquizada de los elementos. Es decir, que las opiniones están ordenadas y estructuradas (Moscovici, 1979). El concepto de imagen no está muy separado del de opinión. Se le ha utilizado para designar una organización más coherente de juicios. La imagen es una especie de "sensación mental", impresión que los objetos y las personas dejan. Ella ocupa espacio en la memoria para afrontar el cambio y reforzar el sentimiento de continuidad del entorno y de las experiencias individuales y colectivas (Moscovici, 1979). No hay un corte dado entre el universo exterior y el universo del individuo. El sujeto y el objeto no son heterogéneos en su campo común. El objeto está inscripto en un contexto activo, puesto que, fue concebido por la persona o la colectividad como prolongación de su comportamiento. Solo existe para él en función de los medios y los métodos que permiten conocerlo (Moscovici, 1979).

3. Actitud. Herzlich (1975) menciona que: “La actitud se manifiesta como una dimensión más ‘primitiva’ que las otras dos, en el sentido de que puede existir en el caso de una

información reducida y de un campo de representación poco organizado” (p.400). Moscovici (1979) indica que en la dimensión de actitud los individuos muestran la orientación global en relación con el objeto en que se toman una posición directa sobre la representación. Los dos extremos de la actitud son: favorable o desfavorable. En otras palabras, la actitud es una organización psíquica que posee una orientación. La orientación que se revela tanto por un comportamiento global como por una serie de reacciones cuya significación es común (Moscovici, 1979). Moscovici describe que: “La actitud no es una reunión de opiniones o de respuestas particulares y heterónomas, sino una disposición ordenada de la totalidad de esas opiniones y de esas respuestas. Su función es reguladora: posee un efecto selectivo sobre el conjunto de las manifestaciones de un sujeto” (1979, p.358). La acción del sujeto con su actitud no es inmediata o necesaria. Esto quiere decir, que es un comportamiento probable y se traduce en la creación de una relación con un conjunto socialmente pertinente (Moscovici, 1979).

Andrade y Flores (2021) hicieron el estudio de la representación social de la COVID-19 en la prensa de Veracruz en México. Ellos mencionan que: “la noticia es también un discurso - o relato - que se construye a partir de temas, referentes, actores y significaciones, los cuáles expresan situaciones subjetivas del proceso de comunicación -mediaciones cognitivas y estructurales de la producción de la noticia-, así como lugares objetivos en la trama de las relaciones sociales en las que los sujetos receptores de esos discursos, se encuentran involucrados” (p.47). Entre sus resultados Andrade y Flores (2021) describen: “La representación que se obtiene de este análisis, abunda en situaciones dramáticas que generan miedo, pánico y morbosidad en una de cada 10 noticias analizadas” (p.58). En los primeros meses de la pandemia en México: “la labor periodística veracruzana se limitó a reproducir las declaraciones de las autoridades sanitarias” (p.58). Como son los funcionarios estatales,

federales, alcaldes e incluso internacionales debido a que: “por falta de recursos económicos, por tradición, o incluso por protección” (p.58). La situación que generó la pandemia: “se mostró en este estudio como un relato mítico, incluso algunos diarios como el Notiver o Mundo de Orizaba, apelaron más al miedo, morbo o pánico de las audiencias, para establecer o describir el objeto de referencia de la pandemia” (p.59).

De manera muy similar, Mejia *et al.* (2020) aplicaron encuestas para observar la percepción de miedo o exageración en los medios de comunicación durante la pandemia de COVID-19 en las ciudades de Perú. En los resultados de las encuestas reportan: “la exageración y el miedo se percibían más en las redes sociales y la televisión. Se puede explicar que, actualmente, la televisión sigue siendo el medio más importante para la transmisión de información y las redes sociales se están convirtiendo en el medio por el cual se prefiere recibir la información” (Mejia *et al.*, 2020, p.11).

Por otra parte, emplear el análisis de contenido para estudiar la representación social tiene su origen desde Moscovici (1979) en su libro: *El psicoanálisis, su imagen y su público*. En el libro se propuso descubrir cómo se distribuyen las opiniones respecto al psicoanálisis y analizar la inserción de la representación social en el campo de la psicología social. En la segunda parte del libro es donde empleó el análisis de contenido como medio para analizar la prensa francesa. Por otra parte, Krippendorff (1990) menciona que el análisis de contenido recibió un gran impulso durante la segunda guerra mundial para el estudio de la propaganda. En donde surgieron dos centros de análisis. Uno guiado por Harold D. Lasswell y el otro por Hans Speier. El primero se centró en las cuestiones básicas del muestreo, los problemas de la medición, la fiabilidad y validez de las categorías de contenido establecidas. El segundo registró las emisiones radiofónicas internas de los alemanes para tratar de predecir los

sucesos de la Alemania nazi y sus países aliados. Además, Hans Speier buscó estimar los efectos de las acciones militares sobre el espíritu bélico de sus poblaciones (Krippendorff, 1990).

Harold D. Lasswell es considerado uno de los pioneros en los estudios de la comunicación. Grawitz (1975) indica que el esquema que propuso Lasswell para el estudio de comunicación es útil en el marco del análisis de contenido: ¿Quién habla?, ¿Qué dice?, ¿A quién?, ¿Cómo?, ¿Con qué resultados? Asimismo, Grawitz (1975) menciona que: “Podemos, según los casos, invertir el orden de las preguntas, pero de hecho estas encierran todo el conjunto de problemas” (p.155). En la primera pregunta ¿Quién habla? Se debe buscar quién es el autor del mensaje o algunas características del emisor. En la pregunta ¿Qué dice? Se trata de estudiar las características del mensaje. En la tercera pregunta ¿A quién? Se debe determinar quién es el receptor o a quién se dirige el mensaje. Puede ser útil interpretar lo latente y no tanto lo manifestado. En la pregunta ¿Cómo? Es el estudio de la forma, es decir, los medios por los cuales un mensaje trata de producir una impresión con la elección de palabras, repeticiones, composición de la frase, etc. En la última pregunta, ¿Con qué resultados? Se busca conocer el efecto del mensaje sobre el receptor y prever lo que se pretende influir en un público (Grawitz, 1975).

Bernays (2008) también menciona la importancia de la guerra para el desarrollo de la propaganda en EE.UU: “Durante la guerra, no sólo se apeló al individuo por todos los medios -visuales, gráficos y auditivos- para reclamar su apoyo para la patria, sino que además se logró la cooperación de los hombres clave en cada grupo, personas a las que les bastaba una palabra para transmitir su autoridad a centenares, miles o centenares de miles de seguidores” (p.37). De ahí que, Bernays (2008) afirma que la propaganda resulta necesaria para una vida

social ordenada: “Quienes nos gobiernan, moldean nuestras mentes, definen nuestros gustos o nos sugieren nuestras ideas son en gran medida personas de las que nunca hemos oído hablar. Ello es el resultado lógico de cómo se organiza nuestra sociedad democrática. Grandes cantidades de seres humanos deben cooperar de esta suerte si es que quieren convivir en una sociedad funcional sin sobresaltos” (p.15). Además, el gobierno debe utilizar las técnicas de la propaganda debido a que: “Sólo mediante el uso competente de propaganda, nuestro gobierno -considerado como el órgano administrativo continuo del pueblo- podrá conservar aquella relación íntima con el público que es indispensable para una democracia” (Bernays, 2008, p.140).

El motivo por el que se acepta que los líderes delimiten aquellos asuntos que se relacionan con cuestiones de interés público es: “En la práctica, si todos los hombres tuvieran que estudiar por sus propios medios los intrincados datos económicos, políticos y éticos que intervienen en cualquier asunto, les resultaría del todo imposible llegar a ninguna conclusión en materia alguna” (Bernays, 2008, p.17). La propaganda al ser una forma de actividad humana legítima la debe aprovechar el líder político: “Tienen que lograr la aprobación de las masas, por lo que recurren a la propaganda, una herramienta que resulta cada vez más poderosa cuando se trata de lograr esa aprobación” (p.37).

La práctica propagandística desde el final de la guerra ha asumido distintas formas: “Fue desde luego el éxito sobresaliente de la propaganda durante la guerra lo que abrió los ojos de unas pocas personas inteligentes enclavadas en todos los ámbitos de la vida y les permitió vislumbrar las posibilidades de disciplinar la mente pública” (Bernays, 2008, p.37). La minoría descubrió que influir en las mayorías puede serle de gran ayuda: “Se ha visto que es posible moldear la mente de las masas de tal suerte que éstas dirijan su poder recién

conquistado en la dirección deseada. Esta práctica resulta inevitable en la estructura actual de la sociedad. Sea en política, finanzas, industria, agricultura, caridad, educación” (Bernays, 2008, p.27). La propaganda puede concentrarse en las manos de unos pocos debido al alto costo económico: “elevado coste que implica manipular la maquinaria social que controla las opiniones y costumbres de las masas. Anunciarse a gran escala, para unos cincuenta millones de personas, es caro. Alcanzar y persuadir a los líderes de grupo que dictan los pensamientos y las acciones de la gente tampoco es barato” (Bernays, 2008, pp. 49-50). Unas minorías son las que se sirven de la propaganda continua y sistemáticamente. Sin embargo, toda propaganda suele tener a sus detractores igualmente deseosos de convencer a la mayoría (Bernays, 2008).

El “Nuevo arte de vender” comprende la estructura de grupos de la sociedad, los principios de la psicología de masas y se pregunta en primer lugar ¿Qué influye en los hábitos de la población? (Bernays, 2008). Asimismo, el propagandista debe crear las circunstancias adecuadas para cambiar las emocionales y sus hábitos de suerte que el consumidor se vea obligado a comprar: “es posible poner en marcha corrientes psicológicas y emocionales que redundarán en beneficio propio, siempre y cuando se tenga en cuenta que debe tratarse a los hombres en el seno de la masa a través de las distintas formaciones de sus grupos” (Bernays, 2008, p.70). Del mismo modo, el propagandista debe identificar el grupo al que se dirige, definir los objetivos y los ejes básicos de la propaganda: “Todo el fundamento de una propaganda lograda descansa en tener un objetivo y perseguirlo hasta alcanzarlo mediante un conocimiento exacto del público y la modificación de las circunstancias para manipularlo y arrastrarlo” (p.139)

Bernays (2008) reconoce que la propaganda suele tener connotaciones desfavorables: “Y sin embargo, que la propaganda sea buena o mala dependerá en cualquier caso del mérito de la causa que se alienta y de la exactitud de la información publicada” (p.29). La propaganda es perjudicial cuando sus autores saben consciente y deliberadamente sobre las mentiras o cuando se proponen objetivos que saben que son perjudiciales para el bien común (Bernays, 2008).

Rouquette (1986) distingue cuatro fases interrelacionadas en el proceso de inserción de un mensaje en la comunicación de masas: la exposición, la recepción, el tratamiento y la interacción. La exposición es lo que distingue la comunicación de masas de las otras categorías de comunicación. El individuo y un gran número de personas se exponen o están expuestas al mismo tiempo, o al menos durante un lapso de tiempo bastante corto, a una misma fuente de información. Es decir, el individuo forma parte de un “público” (Rouquette, 1986). En la recepción el público recibe de esta fuente de información un mensaje caracterizado por su contenido y por su forma. Asimismo, el mensaje se expresa a través de un canal determinado (Rouquette, 1986). Del tratamiento del mensaje Rouquette (1986) menciona: “es objeto de un trabajo cognitivo de interpretación, clasificación, integración y retención, a diversos grados y según modalidades diferentes” (p.627). Este trabajo cognitivo depende de determinaciones propiamente individuales relacionadas con la historia del sujeto, su personalidad, sus aptitudes. Pero también depende de determinaciones transindividuales, socialmente diferenciadoras y diferenciadas (Rouquette, 1986). Finalmente, en la interacción la actividad cognitiva es provocada o va acompañada por interacciones con interlocutores. Como puede ser la familia, los amigos, los vecinos, los compañeros de trabajo. Estas interacciones constituyen un aspecto esencial para explicar el modo de funcionamiento y la influencia de las comunicaciones de masas (Rouquette, 1986).

Los miembros de un mismo grupo difieren en sus comportamientos de recepción y en sus comportamientos de repercusión. Sobre la recepción Rouquette (1986) menciona que los individuos no consumen la misma cantidad de medios de comunicación de masas: “La noción de ‘telespectador’, por ejemplo, tan ampliamente utilizada por los propios media, es una abstracción que oculta una asiduidad extremadamente variable que depende de la edad, el nivel cultural, la categoría socioeconómica, etc. Algunas personas nunca leen el periódico o alguna revista, mientras que otras compran varios con regularidad” (p.633). Es decir, un canal no llega a todo el mundo de la misma manera. Por esa razón, la unificación aparente de un público únicamente a través de las posibilidades técnicas de difusión a gran escala no es más que una ilusión. Además el individuo elige los medios que consume y a los que se expone. Por ejemplo, el diario, la radio o la televisión. Selecciona los contenidos disponibles según sus características personales y sociales. De ahí que los “fabricantes” de los medios de comunicación se dirigen hacia una categoría determinada de receptores, elaboran un perfil de clientela, lo confortan y se conforman a él (Rouquette, 1986).

La repercusión es el proceso de penetración del mensaje en una población. Es posible distinguir dos casos diferentes. En el primer caso, el mensaje llega primero a un número limitado de personas que lo transmiten posteriormente, adaptándolo, a un público más amplio. En el segundo, el mensaje llega de entrada a un gran número de personas, pero es retomado por ciertos individuos a través de otros (Rouquette, 1986). En ambos casos, Rouquette (1986) indica: “la influencia directa es sumamente limitada y, de hecho, sólo se ejerce en la medida en que existan ciertos relés” (p. 634).

Dobkin y Pace (2007) mencionan que los productores de la comunicación masiva dependen de los grandes públicos para generar ingresos publicitarios que cubran los costos de producción. La publicidad es inevitable: “Mientras más recursos, como dinero, tiempo y tecnología de punta, se utilicen para producir un mensaje, mayor tiene que ser el público para que el esfuerzo de comunicación sea rentable en costos” (p.271). Sin embargo, a medida que aumenta el tamaño del público se ve afectada la calidad del proceso de comunicación debido a que se reduce la personalización de los mensajes y se hace una separación visual como emocional (Dobkin & Pace, 2007).

La manera de enviar y recibir mensajes es influida por el tipo de tecnología. Como puede ser el caso de la televisión, el radio, la computadora o las publicaciones impresas. Estas tecnologías reciben el nombre de medios. Aunque, existen las publicaciones impresas, los medios electrónicos han influido en todas las formas de comunicación y han provocado el surgimiento de una sociedad electrónica. Asimismo, a medida que los medios se especializan y se vuelven más interactivos los públicos se reducen (Dobkin & Pace, 2007).

Cuando un telespectador se expone voluntariamente a un noticiero tiene el interés de supervisar un acontecimiento (por ejemplo, político o social) o conocer la información que proporciona el noticiero (Dobkin & Pace, 2007). En la supervisión el público recurre a los medios para buscar respuesta de los acontecimientos: “La función de supervisión se dirige a esta necesidad de saber acerca de los acontecimientos y sus potenciales consecuencias para los individuos y sus comunidades” (Dobkin & Pace, 2007, p. 281). Por ejemplo, en un desastre natural se puede recurrir a los medios para estar alerta del peligro (Dobkin & Pace, 2007). Sobre conocer la información que proporciona: “Ya sea que los medios sirvan a una función de supervisión al alertarnos acerca de acontecimientos que son noticia, satisfacen

nuestra necesidad de información cuando buscamos conocimiento, cuando somos curiosos o cuando tenemos un interés personal en un tema” (Dobkin & Pace, 2007, p.281).

En los medios de comunicación masiva a quienes filtran y dejan fuera información: “Cuando los editores de noticias escogen colocar un tema en la portada de un periódico, o como historia principal en el noticiero de la noche, están desempeñando la función de guardianes” (Dobkin & Pace, 2007, p.282). El que articula qué mensaje se publicará: “decide que vale la pena prestarle atención a un tema, el proceso de producción de los medios lo maneja y lo convierte en una historia que es informativa, redituable y a menudo entretenida” (Dobkin & Pace, 2007, p.282).

Moscovici (1979) menciona que al analizar la comunicación en masas se puede visualizar, de manera diferente, la representación social y comprender mejor las regularidades más significativas de los intercambios que se operan a su alrededor. En el marco de las regularidades es posible observar la formación de los tres sistemas de comunicación que corresponden a la variedad de las relaciones y de las situaciones en la sociedad: la difusión, la propagación y la propaganda. Con lo que se determina el contenido y la forma de los mensajes emitidos y recibidos (Moscovici, 1979). Asimismo, Moscovici (1979) considera el tema y el enlace (o relación) para demostrar la estructura de la representación. La función del tema es resumir el contenido y es generalmente una: “proposición tipo que expresa toda una familia de proposiciones vinculadas al mismo contenido pero diversamente formulado” (Moscovici, 1979, p.209). De la misma manera, constituye una aserción heterogénea dando del mejor modo posible un contenido variable y una relación en la medida en que sirve de mediación entre una y otra parte del conjunto. Los temas pueden ser equivalentes e intercambiables entre ellos (Moscovici, 1979). Por otra parte, la función del enlace es

expresar su organización. Los enlaces expresan la naturaleza de las relaciones que existen entre dos temas en el interior del mensaje comunicado. Asimismo, permiten destacar un orden de implicación entre las proposiciones (Moscovici, 1979). Finalmente, Moscovici (1979), menciona que los temas y los enlaces ordenados sobre una dimensión constituyen un grupo. Los grupos se distinguen entre sí por un carácter diferencial. Asimismo, menciona de los grupos:

“Varios grupos de este tipo constituyen un *esquema de los mensajes*, es decir, la reunión ordenada de todos los mensajes, tal como aparece en una fuente de información cualquiera. La alternancia de estas operaciones de análisis y de síntesis concluye en el esquema que favorece la comprensión del movimiento real del contenido y de los aspectos esenciales de su papel en la comunicación considerada tanto como expresión o como instrumento” (Moscovici, 1979, p. 211).

Ante todo, Moscovici (1979), menciona que: “Las unidades de análisis, temas y enlaces, constituyen siempre una muestra y no una enumeración completa donde numerosas repeticiones encuentran su unión natural” (p.210). Por otra parte, los tres sistemas de comunicación tienen sus particularidades: “Si se los considera, por lo tanto, bajo el ángulo de la estructura de los mensajes, de la elaboración de los modelos sociales, de los lazos entre el emisor y receptor, del comportamiento encarado, los tres sistemas de comunicación conservan una gran individualidad” (Moscovici, p.357). De cada uno de los sistemas de comunicación Moscovici (1979) describe:

1. Difusión. En la difusión la organización de los temas es discontinua, es decir, no ordenada. El público al que se dirigen es móvil debido a la variedad de intereses y la diversidad de lazos

culturales. En el modelo de difusión, que está hecho de temas y relaciones, está constituido por elementos relativamente autónomos y móviles. El agrupamiento los vuelve solidarios sin que tengan contornos definidos ni explícitamente indicados. La falta de contornos definidos se debe a que a una multiplicidad de centros de referencia y a una información cualitativamente desigual. En caso de que existiera una dirección se traduce como una idiosincrasia que es comprobada estadísticamente más que una interacción claramente enunciada (Moscovici, 1979). El papel del emisor en la difusión es establecer una relación de igualdad, de equivalencia entre él y su público. Por lo que intenta formar una especie de unidad entre la publicación y el lector, conservando la diferencia de los papeles. Sus mensajes responden a expresiones de sus receptores con el fin de interesarlos y provocar identificaciones. Los atributos de los mensajes son: concretos, atrayentes y rápidos. Se intenta la mayor aproximación posible al gusto y al vocabulario supuesto en el lector. Las proporciones sorprendentes, capaces de llamar la atención, se repiten a menudo (Moscovici, 1979). Sobre esto Moscovici (1979) describe: “En la difusión, el problema de la adaptación entre el emisor y el receptor, la dependencia del primero con respecto al segundo, es fundamental. No sucede así en la propaganda, donde la fuente de las informaciones o de las consignas goza de una autonomía relativamente grande” (p.228). Más adelante Moscovici (1979) agrega:

“La adaptación entre el diario, la revista y su público presentan un problema permanente de creación de imágenes recíprocas, capaces de regular la comunicación. La posibilidad de construir otras redes de determinación del comportamiento del público está prácticamente ausente. Su definición es fluctuante. La distancia entre el emisor y el objeto social, la apariencia o la realidad de un no-compromiso, dejan un margen de libertad en el interior del cual se tiende hacia el receptor” (Moscovici, 1979, p.356).

La difusión no emplea modelos unitarios y globales. Por lo que la conexión entre varias opiniones no es siempre visible o indispensable. Es decir, los temas están ordenados de un modo no rígido en el que más bien insisten en un determinado punto sin indicar o suponer una acción necesaria (Moscovici, 1979). Moscovici (1979) sobre esto describe: “La discontinuidad de los temas, la contradicción y la variación que la acompañan, impregnan las tomas de posición de la publicación -y su mensaje- de cierta inestabilidad. La fluidez de la difusión y de las opiniones convergen” (p.356).

En la difusión las relaciones entre comunicación y conducta son optativas, fragmentarias y locales. Esto quiere decir que, se crean efectos de conducta: “la que supuestamente es la única alternativa posible y cuya actualización no es necesaria. Las incitaciones a la acción no son nunca imperativas. La ausencia de efectos prácticos que sobrepasa la simple ‘conducta verbal’ se escribe entre las consecuencias probables de este sistema de comunicación” (Moscovici, 1979, p.356). Los rasgos esenciales de la difusión son: la fuente de información no manifiesta intenciones definidas y no mantiene una orientación estable; las comunicaciones se proponen influir sobre ciertas conductas particulares sin insistir sobre la relación entre comunicación y conducta; el emisor tiende a convertirse en la expresión del receptor; la comunicación se define de una manera muy general y por lo tanto imprecisa; el receptor no constituye un grupo altamente estructurado y orientado; el objeto de las comunicaciones mantiene una cierta distancia entre el objeto y el emisor de la comunicación; la aparente no implicación supone y permite un margen de ajuste entre la fuente emisora y su público, los mensajes guardan en el interior de una misma fuente una relativa autonomía que se manifiesta por su discontinuidad, aunque no sea una forma de comunicación que encare abiertamente la producción de conductas puede ser eficaz (Moscovici, 1979).

2. Propagación. La propagación, a diferencia de la difusión, la organización de los temas es sistemática. Lo que lo hace diferente a la propaganda es que su explicación es persuasiva. La explicación y la evocación de las orientaciones no es necesario referirse en cada instante como el caso de la propaganda. La finalidad de la propagación es para producir una actitud, para superponer una conducta simbólica a la conducta real, ejerciendo de esta manera un control. En otras palabras, los objetivos de conducta son un control de un comportamiento existente por el cambio de contexto y de la significación que se le atribuye. Las relaciones entre comunicación y conducta son necesarias e implícitas. Los rasgos de la propagación son: su campo de acción directo es relativamente restringido, se propone integrar un objeto social a un marco existente, su objetivo no es provocar una conducta nueva o reforzar una conducta ya existente, se trata sobre todo de hacer posible una adecuación de los comportamientos y normas a los que adhieren los individuos; en otros términos, la comunicación tiene por objeto conductas actuales o probables con una significación que no poseían antes (Moscovici, 1979).

En resumen, los aspectos cognitivos de la propagación no se distinguen, en un cierto nivel, del intercambio habitual de ideas. Ya que uno de sus objetivos es alcanzar una concepción y una actitud comunes. La instrumentalidad de la propagación se define por el hecho de que esboza un modelo sistemático capaz de orientar a los miembros de un grupo y por la posibilidad de controlar su conducta ya existente (Moscovici, 1979).

3. Propaganda. La propaganda, al igual que la propagación, la organización de los temas es sistemática. Sin embargo, la explicación en la propaganda es autoritaria. La explicación y la evocación de las orientaciones esenciales son continuas e iterativas. En la propaganda las relaciones entre comunicación y conducta son necesarias y explícitas. Es decir, los objetivos

de conducta son específicos y rápidos, la rapidez de las intervenciones del grupo, en un marco preciso. La diferencia de la propaganda de las otras formas de comunicación en cuanto a su finalidad es que tiende a provocar una conducta real por la intermediación de la representación del objeto (Moscovici, 1979).

La función de la propaganda es: reguladora y organizadora. La función reguladora implica la formación y la búsqueda de un restablecimiento de la identidad del grupo debido a la existencia de contradicciones que amenazan su equilibrio y su acción (Moscovici, 1979). Moscovici (1979) comparte: “La regulación operada por la propaganda se propone la eliminación del objeto conflictivo y se encuentra determinada por el hecho de que la oposición exterior y la contradicción interior están en una estricta interdependencia. La exteriorización de la contradicción en tanto que contradicción obliga al grupo a postularse en función de esa oposición” (p.313). La función organizadora significa para Moscovici (1979): “una elaboración adecuada del contenido de las comunicaciones, la transformación del campo social -de su representación- en una situación definida. Se renuevan antiguas relaciones, se proponen nuevos contenidos con respecto a aspectos próximos o alejados de la vida cotidiana” (p. 314). La organización de los mensajes comunicados intentan construir una representación del objeto. La formación de una representación es uno de los procesos fundamentales de la propaganda (Moscovici, 1979). Las dos funciones se concentran en una situación definida por un tipo de relaciones conflictivas. El desarrollo de las sociedades, su alteración o conservación, necesitan de la autoafirmación explícita de un grupo, de su unidad obtenida a través de la oposición a otros grupos (Moscovici, 1979). Moscovici (1979) describe: “Quizá no sea un azar el hecho de que la *Congregación para la Propagación de la Fe* haya nacido en un período de perturbaciones religiosas, que la propaganda se haya perfeccionado durante las guerras o se haya convertido en publicidad en una economía de

mercado” (p.315). La estrategia de la propaganda consiste en presentar una sola solución, una sola salida, una única acción posible, mientras que el antagonista está para reafirmar y reforzar (Moscovici, 1979). La orientación que puede tomar los elementos de la representación social transformados en instrumentos de un grupo: “1) reforzar la participación social; 2) producir estereotipia y 3) indicar la conducta o la acción adecuada” (Moscovici, 1979, p.326).

Moscovici (1979) menciona que numerosos psicólogos han insistido en las convergencias entre la propaganda y el estereotipo. El estereotipo: “designa un estado de simplificación de las dimensiones de los estímulos, de inmediatez de la reacción y, a veces, de rigidez” (p.358). Expresa un grado de generalidad de una opinión, de aceptación o de rechazo de una representación, de un grupo o de una persona. Por lo que se establece una conducta desprovista de ambigüedad. La función de la repetición de las asociaciones contribuye al establecimiento del estereotipo, la orientación polarizada que engendra, imponen el paralelismo con la propaganda (Moscovici, 1979).

El fenómeno de la repetición es examinado regularmente cuando se aborda el problema de la manipulación en la propaganda. Desde lo cognitivo la repetición cristaliza la representación. Su estructura se simplifica y los enlaces entre los términos se estabilizan. La frecuente asociación determina el lugar de cada proposición y cada nueva afirmación encuentra su lugar determinado por anticipado (Moscovici, 1979). La ausencia de distinción entre la repetición cognitiva y la que produce el estereotipo proviene de que la mayoría de los estudios sobre la propaganda la consideran en su etapa final, donde la representación está ya formada, y donde la repetición se presenta únicamente como factor de estereotipia. El éxito de la propaganda no depende únicamente de la repetición de un estereotipo, sino también de

la estructura de un contenido que hace necesaria una conducta (Moscovici, 1979). Para que la repetición consiga su propósito: “es necesario que previamente la repetición tautológica pueda ‘instalar’ la estructura cognitiva, y esto depende de factores situacionales de la vida personal del receptor o de la adecuación de los elementos de la representación a una realidad existente determinada” (Moscovici, 1979, p.333). Para crear un “estado de persuasión” Moscovici (1979) menciona: “La repetición hace posible el pasaje del nivel cognitivo al nivel emocional y crear el ‘estado de persuasión’ que en el paroxismo se parece a un estado pasional; ahora bien, este es, como es sabido, el correspondiente ideológico de la situación afectiva” (p.333).

La propaganda y la propagación son modelos construidos siguiendo líneas directivas fundamentales por grupos de personas que poseen una información suficiente. Son explícitos y las exigencias normativas las formulan con claridad. Moscovici describe: “Los lazos entre la fuente de comunicación, el grupo emisor y el grupo receptor son unívocos en el caso de la propaganda y de la propagación. El hecho de que estas fuentes sean la expresión de un grupo preciso es apoyar, prácticamente, por una infraestructura institucional capaz de controlar las conductas y las opciones de sus miembros” (p.356). Es decir, la propaganda y la propagación tienen una función instrumental. Por lo que las intenciones y los objetivos son evidentes. El grupo representado posee unidad y sus posiciones están desprovistas de ambigüedad (Moscovici, 1979).

Páez y Pérez (2020) hacen una reflexión sobre los sistemas de comunicación que propone Moscovici y cómo estos se manifiestan en la pandemia de COVID-19. En el sistema de difusión mencionan que se caracteriza por pretender que la información llegue al mayor

público posible y es el predominante en los primeros momentos de la pandemia. Las características de la difusión durante la pandemia son:

“La información sanitaria sobre el coronavirus se adecuaba a este tipo de comunicación (e.g., el COVID-19 es una pandemia severa; hay que confinarse y guardar la distancia física de unos dos metros entre las personas; lavarse las manos mata al virus). Un problema con esta estrategia suele ser que, como los mensajes van tan depurados de identidad social, corren el riesgo de resultar insignificantes para el receptor. No obstante, no sería un problema en el caso de la pandemia, ya que la información en sí genera suficiente interés personal en la audiencia dada su incertidumbre y miedo a la enfermedad” (Páez & Pérez, 2020, pp. 605-606).

En el sistema de propagación la información no interesa por sí misma, sino en tanto que resulte pertinente para reforzar la militancia de sus miembros. En la pandemia el miedo a la enfermedad y a las consecuencias socioeconómicas: “se empieza ya a observar que esta estrategia de comunicación se aplica sobre todo a estas últimas. Cada grupo dispone así de sus ‘expertos doctrinales’ que hacen de transformadores entre las contingencias exteriores y la ortodoxia del grupo” (p.606). Finalmente, en el sistema de propaganda el objetivo es crear o mantener las diferencias sociales: “se controla y se contamina la información para mantener la desinformación, aspecto clave para que la propaganda sea eficaz y lleve a la acción” (p.606).

De Montmollin (1985) menciona sobre los medios de comunicación: “la amplitud de los medios de comunicación modernos es tal que el individuo difícilmente puede ignorar lo que

piensan los demás sobre la mayoría de las cuestiones que piden una respuesta de su parte. Cada vez tiene menos posibilidades de hacerse una opinión ‘por sí mismo’ y de adquirir, de forma personal, informaciones directas y no transmitidas socialmente” (p.118). La comunicación persuasiva es: “un mensaje, verbal en la casi totalidad de los casos, concebido y organizado para persuadir y dirigido a una o varias personas para hacerles adoptar un determinado punto de vista” (de Montmollin, 1985, p.119). La comunicación persuasiva es lo que lleva al individuo a tomar posición respecto a un problema. Por ejemplo, un artículo periodístico, una emisión de radio o televisión o una conversación con un amigo. También puede hacerlo cambiar de opinión debido a que los argumentos utilizados lo han convencido (de Montmollin, 1985).

El cambio de actitud tras la comunicación persuasiva depende de la fuente, del mensaje y del receptor. Sin embargo, es difícil identificar una jerarquía de importancia para determinar qué generó el cambio. Del mismo modo, en la comunicación persuasiva se quedan excluidas las situaciones de discusión: “un sentido (el receptor del mensaje no tiene ocasión de expresar y defender su punto de vista, ni siquiera de responder al mensaje refutando abiertamente los argumentos) y, generalmente, argumentada (el mensaje incluye las razones o argumentos que justifican la posición adoptada)” (de Montmollin, 1985, p.119). Asimismo, de Montmollin (1985) menciona que en psicología social existen diferentes definiciones de actitud. Por lo que, él menciona la definición que considera más amplia: “una actitud es un conjunto de tres componentes: un componente afectivo (sentimientos favorables/ desfavorables), un componente cognitivo (juicios, creencias, conocimientos) y un componente conativo (tendencias de acción)” (de Montmollin, 1985, p.172).

El receptor, la fuente, el mensaje y el canal representa un conjunto de factores que tienen efecto sobre las opiniones: “La Fuente es el término utilizado para designar a ‘quien’ habla, el Receptor es ‘a quién’ se habla, el Mensaje es lo que se dice (el ‘qué’), y el Canal es el medio por el que se transmite el mensaje (el ‘cómo’)” (de Montmollin, 1985, p.119). El receptor es el objetivo al que apuntan tanto la fuente como el mensaje. Es el operador que procesa las informaciones proporcionadas por la situación, la fuente y el mensaje. Cuyo cambio eventual se observa tras la comunicación (de Montmollin, 1985).

El mensaje puede atribuirse a todo tipo de fuentes: personas conocidas debido a su papel histórico, político, científico o artístico; personas que ocupan una función oficial en un periódico conocido, en un partido político o en una comunidad religiosa; personas de las que tan sólo se indica su profesión (ingeniero, médico, etc.); grupos de pertenencia evocados por una etiqueta (por ejemplo, los socialistas) o grupos sociológicos (por ejemplo, estudiantes de psicología) (de Montmollin, 1985).

Sobre la credibilidad de la fuente de Montmollin (1985) describe que: “el mensaje tiene mayor impacto cuando proviene de una fuente percibida como superior en conocimientos, en instrucción, en inteligencia, en éxito profesional, incluso cuando el receptor tan sólo cuenta con muy poca información o índices para juzgar esta competencia” (p.125). No obstante, si la posición del receptor es muy firme, no cambiará de opinión ni siquiera si la fuente es muy competente. Asimismo, el efecto depende de la motivación del receptor: tan sólo si éste busca la opinión más válida sobre un problema, la competencia se convierte en un criterio pertinente. La credibilidad que sería de orden cognitivo y la atracción afectiva. La atracción se expresa: “a través de una reacción emocional y un juicio de valor (‘Encuentro a esta persona simpática’, ‘me gusta’)” (de Montmollin, 1985, p.128). La fuente puede resultar

atractiva porque es hermosa o va bien vestida, resulta familiar, simpática o amada: “Con mayor o menor nitidez, cierto número de investigaciones han puesto de manifiesto el efecto positivo que tienen sobre el impacto del mensaje la belleza o apariencia física de la fuente, la similitud (de edad, profesión, raza, opiniones, valores) con el receptor” (de Montmollin, 1985, p.128).

El receptor confía en la fuente: “si la fuente le parece objetiva, desinteresada y sin intención de manipular o engañar” (de Montmollin, 1985, p.125). Es percibida como objetiva cuando no despierta sospechas de modificar su discurso en función de lo que su público espera de ella. Asimismo, es percibida como desinteresada cuando expresa una opinión que no parece motivada por intereses personales (de Montmollin, 1985).

De Montmollin (1985) describe que el mensaje: “es el elemento central del esquema de comunicación: es el medio concebido y ‘fabricado’ para persuadir. Generalmente verbal, el mensaje habla de algo (el problema o el objeto social), indica cuál es la posición de la fuente respecto a este problema u objeto, posición que diverge más o menos de la del receptor y expone argumentos que pueden variar” (p.133). La argumentación es: “la exposición de las razones y datos reales con los que la fuente justifica su punto de vista” (de Montmollin, 1985, p.134). La argumentación se puede dividir en unilateral y bilateral. En la argumentación unilateral se exponen únicamente las razones “a favor”. En la argumentación bilateral se exponen simultáneamente las razones “a favor” y “en contra” (de Montmollin, 1985). Por otra parte, la conclusión es: “la posición que adopta la fuente respecto a un problema y qué deduce de sus argumentos”. Se divide en explícita o implícita. En la conclusión explícita se expone el mensaje la totalidad del razonamiento, argumentos y conclusión. En la conclusión

implícita se deja que el receptor se ocupe de deducir por sí mismo la conclusión (de Montmollin, 1985).

Una práctica común para que alguien obedezca o acepte un punto de vista consiste en infundir miedo. El llamamiento al miedo no es el mismo si se quiere hacer cambiar la opinión o la intención de actuar (de Montmollin, 1985). Sobre el efecto del temor de Montmollin (1985) menciona: “un fuerte temor tiene un mayor efecto que un temor débil sobre la opinión (los sujetos aceptan en mayor medida la idea de que existe una relación entre el hábito nocivo y la salud o la seguridad), pero tiene un efecto menor que un temor débil sobre las intenciones de actuar en el sentido de la recomendación y aún menor sobre el paso al acto” (p.139). Finalmente, controlar el peligro es un proceso de solución del problema. El sujeto que está centrado en el peligro demuestra atención a los mensajes que le indican cómo actuar frente al peligro: “Es el sentimiento de su vulnerabilidad lo que orienta al sujeto hacia el control del peligro o hacia el control del miedo: si piensa que no es vulnerable a la enfermedad o al accidente, creerá que tiene probabilidades de escapar del peligro: aceptar y seguir la recomendación del mensaje aumenta sus oportunidades” (de Montmollin, p.140)

Objeto de representación, contexto y sujetos

Cuevas (2016) indica que para la construcción del objeto de estudio de una representación social se tienen que reunir tres elementos: “un objeto de representación, un sujeto que construye la representación social y un contexto particular en el que surge la representación” (p.115). El objeto de representación en la investigación es *Aprende en Casa* debido a que es uno de los temas en los noticieros de Imagen TV y se identificó que se mencionaba a lo largo de todo el año 2020. Los sujetos que construyen la representación social son los conductores de los noticieros debido a que ellos son los que regularmente emiten una opinión. Finalmente, el contexto donde surge *Aprende en Casa* es la pandemia de COVID-19.

Conductores de Imagen TV

El grupo que construye la representación social son los conductores de los noticieros de Imagen TV. Se tiene un total de cuatro conductores en el año 2020 que se presentaron en diferentes horarios de lunes a viernes (Imagen Digital, 2020). La transmisión de Imagen televisión salió al aire el 17 de octubre del 2016 (del Olmo, 2021). La televisora para la que trabajan está concesionada y tiene permiso de transmitir en los canales de televisión abierta: 3.1, 3.2, 3.3 y 3.4 (Instituto Federal de Telecomunicaciones, 2016). El canal principal es el 3.1 y donde se presentan los noticieros. El canal 3.2 es donde se transmitió *Aprende en Casa* a partir del 24 de agosto del año 2020 para el ciclo escolar 2020-2021. De la misma manera, Imagen TV pertenece a uno de los sectores de negocio de Grupo Empresarial Ángeles (GEA). Los sectores de negocio los dividen en: salud (Hospitales Angeles), turismo (Camino Real Hotels), finanzas (Grupo Financiero Multiva) y comunicación (Grupo Imagen). Este grupo empresarial es de nacionalidad mexicana con presencia internacional. El presidente ejecutivo de GEA es Olegario Vázquez Aldir (Grupo Empresarial Ángeles, 2014).

Por otra parte, en Imagen Digital (2020) proporcionan la siguiente información explícita de los conductores y considerando la impresión que quieren dar a su público:

Tabla 1. Conductores de Imagen TV

<i>Conductor</i>	<i>Conductores. Descripción de Imagen Digital (2020):</i>	<i>Noticieros. Descripción de Imagen Digital (2021):</i>
Francisco Zea	Es un abogado especializado en Derecho Ambiental y Desarrollo Sustentable. Trabaja en Grupo Imagen desde 2005, donde es titular del noticiario matutino y es columnista de Excélsior en el espacio “Línea Estratégica”.	<i>Noticias con Francisco Zea:</i> Imagen Televisión te invita a despertar todas las mañanas con un noticiario amable, conducido por Francisco Zea, que te ayudará a comprender la información que se manifiesta a través de varios medios, incluyendo las redes sociales. <i>Horario:</i> Lunes a viernes de 5:50 - 8:00
Nacho Lozano	Periodista y escritor, Nacho es un ingenioso conductor de noticias. Ha participado en diversos programas de radio y televisión. Es autor del libro, junto con María Scherer, <i>El priista que todos llevamos dentro</i> , y más recientemente publicó su libro “ <i>Marihuana a la mexicana</i> ”. Actualmente es el titular de <i>De Pisa y Corre</i> , programa de noticias con un enfoque fresco e irreverente.	<i>De Pisa y Corre:</i> Un programa que te llevará las noticias más importantes con un toque de humor y diversión. <i>Horario:</i> Lunes a viernes de 8:00 - 9:00

Yuriria Sierra	<p>Periodista. Conductora del noticiario del mediodía en Imagen Televisión. También titular de dos informativos en radio, “<i>Ya Cierra</i>” y “<i>Política Ficción</i>” en Imagen 90.5. Escribe “<i>Nudo Gordiano</i>”, columna editorial en el periódico Excélsior. Colaboradora en ‘Puntos de Quiebre’, suplemento anual co-editado con <i>The New York Times</i>. Previamente, trabajó en Televisa, Proyecto 40 y Cadenatres. Forbes México la coloca como una de las 10 periodistas con mayor influencia en redes sociales.</p>	<p><i>Noticias con Yuriria Sierra</i>: Yuriria Sierra es la titular de este informativo dinámico, fresco e innovador, dirigido a todas las generaciones que hoy ven televisión, pero también comparten y viralizan todo aquello que les causa impacto, les divierte y les ayuda a entender mejor la realidad.</p> <p><i>Horario</i>: Lunes a viernes de 14:00 - 15:00</p>
Ciro Gómez Leyva	<p>Llega a Imagen Televisión con toda su experiencia y profesionalismo para llevar al público lo más importante del acontecer mundial con su estilo crítico y sin ataduras en el noticiario nocturno de nuestra señal.</p>	<p><i>Noticias con Ciro Gómez Leyva</i>: Imagen Noticias con Ciro Gómez Leyva es un programa de noticias para quienes ya saben lo que ocurrió en el día, pero quieren valorar los acontecimientos, cuestionarlos y debatirlos. Para quienes creen y descreen. Periodismo sin adjetivos, pero siempre con signos de interrogación.</p> <p><i>Horario</i>: Lunes a viernes de 22:30- 23:15</p>

Nota: La tabla fue elaborada con la información de Imagen Digital (2020) y Imagen Digital (2021). La primera es de los conductores: <https://www.imagentv.com/nuestros-conductores>. La segunda corresponde a los noticieros: <https://www.imagentv.com/noticias>

Finalmente, los conductores de Imagen TV trabajan para una televisora concesionada que busca la rentabilidad. La comunicación masiva depende del público y la publicidad para generar ingresos que cubra los costos de producción (Dobkin & Pace, 2003). Esto puede limitar la opinión de los conductores sobre *Aprende en Casa*. Asimismo, los costos de producción y transmisión puede haber afectado el tiempo que se le dedicó al tema *Aprende en Casa*.

***Aprende en Casa* y contexto**

La educación en la pandemia para cumplir con las condiciones de igualdad enfrenta tres desafíos. El primero, es la desigualdad económica, social y educativa entre las zonas urbanas y rurales. El segundo, el desconocimiento de los padres de las prácticas pedagógicas y didácticas que son competencia de los docentes. Finalmente, la insuficiente infraestructura tecnológica y los equipos de cómputo conectados a internet y la falta de capacitación para las plataformas digitales (Amador, 2020). Amador (2020) describe que *Aprende en Casa* : “es un programa de educación a distancia al que subyace un complejo sistema integrado por instituciones gubernamentales educativas y de salud, redes de telecomunicaciones de radio y televisión, redes sociodigitales por internet, y comunidades diversas; el primero en la historia de México” (Amador, p.141).

Plá (2020) menciona que el cierre involuntario de la escuela causó tres problemas al perder su lugar físico. Primero, la relación pedagógica se enfrentó a dificultades en su didáctica centrada en la televisión en la que se prioriza la memorización y la acumulación de información. Además, de que exige la constante supervisión de los padres de familia. Segundo, se perdió la libertad por la interrupción de la cotidianidad. Tercero, se decidió mantener la preocupación por la certificación y el cumplimiento del programa escolar (Plá,

2020). Por otro lado, en las dos primeras versiones de *Aprende en Casa* el docente es un ejecutor de las técnicas de control de los funcionarios de la SEP. En el que hay una falta de claridad sobre su función durante el año 2020 (Plá, 2020).

Gallardo (2020) refiere que en *Aprende en Casa I* los profesores reorganizaron sus actividades escolares por el distanciamiento físico: “desde los maestros que adaptaron autos, bicicletas o cualquier otro medio de transporte para visitar a sus alumnos con todas las medidas de seguridad, hasta los que emplearon estrategias novedosas como videos y uso de plataformas 3D” (Gallardo, 2020, pp. 34-35). Sin embargo, en *Aprende en Casa II* se tuvieron diferencias: “se afirmó que la modalidad para la educación básica es abierta, y no en línea, como en la primera versión; también se indicó que los contenidos del currículo serían transmitidos mediante programas de televisión, de ahí que se firmó un convenio con las televisoras estatales y privadas para llegar a cerca de 94 por ciento de los hogares” (p.36). El porcentaje restante de estudiantes corresponde a comunidades indígenas, rurales, afroamericanas y migrantes. De acuerdo a las autoridades estas comunidades seguirán sus estudios con los programas de radio y cuadernillos en 20 lenguas indígenas. Por lo que, esta política educativa mantiene la misma lógica del déficit para los alumnos que ya estaban excluidos antes de la pandemia (Gallardo, 2020).

Orozco (2020) describe que en *Aprende en Casa I* se organizó rápidamente a través de plataformas y por televisión para concluir el ciclo escolar 2019-2020. Mientras que, *Aprende en Casa II* iniciaba en agosto mediante convenios con televisoras privadas y estatales para mantener en funcionamiento al sistema escolar (Orozco, 2020). Por otra parte, la didáctica en *Aprende en Casa*: “Lo importante ha sido mantener la operatividad de la educación escolarizada; poco se ha dicho en cuanto a adecuaciones de los contenidos escolares y sobre

las estrategias didácticas para su trasmisión” (Orozco, 2020, p. 64). La poca explicación de la didáctica de *Aprende en Casa* pudo haber sido por sus limitaciones: “Apenas se lograron generar programas televisivos con series de actividades mediadas o guiadas por adultos; pero sin suficientes bases pedagógicas y didácticas adecuadas a los medios masivos de comunicación o de atención virtual” (Gutiérrez, 2020, p.2).

Aprende en Casa II surgió para dar continuidad al ciclo escolar 2020-2021. Se tomó la decisión del uso de la televisión: “como vehículo fundamental para instaurar procesos de educación a distancia fue una decisión acertada orientada a generar mecanismos de inclusión educativa, habida cuenta de la brecha digital del país” (Cabrero *et al.*, 2020, p.7). Las actividades que se agregaron fueron para atender: “a los grupos en situación de vulnerabilidad atestiguan la sensibilidad social y el compromiso ante una situación emergente de la magnitud que vivimos” (Cabrero *et al.*, 2020, p.7). Se hizo la producción de clases en formato de programas televisivos con amplia cobertura para todos los niveles, asignaturas y grados escolares de la educación básica. La estrategia educativa impulsada con la televisión no reemplazó el desarrollo de materiales, programas a través de internet o las iniciativas que los docentes desarrollen en sus comunidades escolares (Cabrero *et al.*, 2020).

Finalmente, *Aprende en Casa* surge de las decisiones de las autoridades para que los estudiantes continuarán con sus estudios durante el confinamiento. Durante el año 2020 las acciones se pueden dividir cronológicamente en: aislamiento preventivo, utilizar la Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México, capacitar a los docentes con Google for Education y hacer el convenio con las televisoras concesionadas.

El 17 de marzo del año 2020 en conferencia de prensa el titular de la Secretaría de Educación Pública (SEP) anunció la primera acción para enfrentar el COVID-19. El cual consistía en el aislamiento preventivo del 20 de marzo al 20 de abril. A las dos semanas de vacaciones se sumaban otras dos de receso escolar para llegar a treinta días (Moctezuma, 2020a). Esteban Moctezuma indicó: “No se trata de que salgan de vacaciones y todos se junten a disfrutar de las vacaciones por lo que se quiere evitar es la proximidad. Queremos ese aislamiento preventivo. Las maestras y los maestros van a seguir colaborando en la escuela, les vamos a dar indicaciones muy claras dentro del consejo técnico escolar del día 23” (Moctezuma, 2020a).

La segunda acción consistió en transmitir los contenidos de *Aprende en Casa I* con la ayuda de la Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México (REDMX). En veinticinco televisoras se transmitía contenido para: educación inicial, preescolar, primaria, secundaria y bachillerato (Moctezuma, 2020b). Entre los canales de televisión se encontraban: Canal Once Niñas y Niños, TV Educativa, Ingenio TV, TV UNAM y televisoras públicas de los estados. El 14 de abril del año 2020 Esteban Moctezuma mencionó que se reunió con todos los secretarios de educación de los estados de la república para: “ligar el libro de texto gratuito a programas de televisión, a internet, a programas de radio e incluso a cuadernos que se van a repartir en las zonas más lejanas del país a donde no llegan estos medios” (Moctezuma, 2020c). Asimismo, en una de las conferencias de prensa de las mañanas del presidente López Obrador el secretario de la SEP anunció que el libro de texto gratuito iba ser el eje del aprendizaje y que todos los estudiantes lo poseen (Moctezuma, 2020d).

Sobre el ciclo escolar 2019-2020 Esteban Moctezuma señaló tres puntos importantes. El primero, no se iba a regresar a clases hasta que el semáforo epidemiológico estuviera en verde. Segundo, se salvó el ciclo escolar porque al inicio de la contingencia se tenía entre el 73 % y el 80 % cursado. Tercero, *Aprende en Casa* es seguido por 8 de cada 10 profesores y por 9 de cada 10 alumnos. De manera que, según Moctezuma, se estaba trabajando en casa (Moctezuma, 2020e). El primer punto es el más relevante debido a que marcaría el regreso a clases durante el año 2020. El semáforo de riesgo epidémico COVID-19 se anuncia, desde el año 2020, mediante colores. Cada color indica el nivel de riesgo poblacional y el incremento o decremento de la actividad epidémica (Cortés y Dyer, 2021). Además, el semáforo le permitió a las autoridades federales, estatales, y locales indicar: “las medidas de seguridad sanitaria apropiadas para la reapertura de las actividades laborales, educativas y el uso del espacio público” (Cortés y Dyer, 2021, p.12).

La tercera acción de la SEP fué capacitar a los profesores, directores y supervisores en Google for Education. Esteban Moctezuma sobre esto publicó: “La educación en #México ha dado un paso sólido para emparejar el piso en acceso y uso de herramientas digitales de miles de estudiantes y maestros al lograr que @googlemexico otorgue gratuitamente cuentas y capacitación en G Suite y Classroom para no interrumpir el aprendizaje” (Moctezuma, 2020f).

La cuarta acción consistió en hacer un convenio con las televisoras concesionadas (Televisa, TV Azteca, Imagen TV y Milenio Televisión) para transmitir el contenido de *Aprende en Casa II*. Esteban Moctezuma mencionó del convenio: “estamos saliendo de la conferencia, pues, de un acuerdo. Me atrevo a calificar de histórico porque nunca se habían juntado todos los medios públicos y privados por la educación. En una gran alianza por la educación y esto

obviamente va ser una propuesta muy robusta para regresar el 24 de agosto a clases” (Moctezuma, 2020g).

Aprende en Casa III inició el 11 de enero del 2021 y era una continuación de *Aprende en Casa II*. Esteban Moctezuma comentó el 8 de diciembre del año 2020 que la modalidad presencial sería de acuerdo al semáforo epidemiológico de cada estado: “Les comento que queremos un regreso a clases seguro en enero y ese regreso a clases seguro será obviamente para los estados que estén en verde. Hoy ya lo están Campeche, Chiapas y Veracruz. Esperamos que en un mes más esten varios otros estados. Depende cómo se comporten en diciembre porque hay que seguir las reglas de sanidad y evitar que diciembre se convierta en un mes de amplios contagios” (Moctezuma, 2020i). En diciembre también mencionó un centro de aprendizaje comunitario: “En la ley general de educación. En su artículo 14 y se puede establecer un centro de aprendizaje comunitario. Entonces desde que los semáforos esten en amarillo de manera voluntaria. Y voluntaria quiere decir para todos, voluntaria para las maestras y maestros. Voluntaria para madres y padres de familia. Para alumnas y alumnos. De manera voluntaria quien quiera acudir a la escuela a una asesoría. Puede ser asesoría pedagógica, socioemocional. Puede ser una charla con la maestra o el maestro. Lo podra hacer en semáforo amarillo si se establece en la escuela el centro de aprendizaje comunitario” (Moctezuma, 2020h).

El centro de aprendizaje comunitario no se consolidó. Uno de los posibles motivos es porque en diciembre del año 2020 se anunció el cambio del titular de la Secretaría de Educación Pública. La razón de la transición se debe a que Esteban Moctezuma fue propuesto como embajador de México en EEUU. Sobre la transición Moctezuma publicó: “Dentro de la transición ordenada de la @SEP_mx, tuvimos una reunión digital con 8,000 supervisoras y

supervisores para escuchar sus propuestas y necesidades. La #NuevaEscuelaMexicana se basa en el diálogo y la escucha” (Moctezuma, 2021).

Finalmente, en el año 2020 *Aprende en Casa* fue el programa emergente de la Secretaría de Educación Pública (SEP) que tenía como finalidad que los estudiantes continuaran sus estudios ante el confinamiento causado por la pandemia de COVID-19. En el año 2020 tuvo sus dos primeras versiones y estaba basado en programas de estudio oficiales para los niveles de preescolar, primaria, secundaria y bachillerato. Para lograr que los estudiantes continuaran sus estudios la SEP utilizó como medios de comunicación la televisión, la radio, el internet y el teléfono.

Método

Planteamiento del problema

La pandemia de COVID-19 provocó cambios en todos los ámbitos. En el campo de la educación causó el cierre masivo de las escuelas y las actividades presenciales. Para enfrentar esta situación, en la mayoría de los países de América latina, las acciones consistieron en el despliegue de modalidades de aprendizaje a distancia mediante la utilización de diversos formatos y plataformas (CEPAL-UNESCO, 2020). En el caso de México las acciones de la Secretaría de Educación Pública (SEP) fueron cambiando de acuerdo al desarrollo de la pandemia durante el año 2020 y se sumaron servicios como el caso de las televisoras concesionadas (Televisa, TV Azteca, Imagen TV y Milenio Televisión). El presidente de México consideró como un acontecimiento histórico la incorporación de las televisoras concesionadas al programa *Aprende en Casa* (Andrés Manuel López Obrador, 2020). Entre los argumentos que mencionó el presidente de México para la incorporación de las televisoras fue el de la inversión: “se trata de la cuota mínima, no es tarifa política, no es tarifa gubernamental, no es tarifa comercial, es vamos a, es decir, se va a bautizar así tarifa social” (Andrés Manuel López Obrador, 2020, 1:52:10 - 1:52:30).

Debido a que las televisoras tomaron protagonismo a partir de *Aprende en Casa II* y pueden llegar a influir en una gran cantidad de actores de la educación se tiene la inquietud de conocer qué representación social construyeron los conductores de los noticieros cuando abordaban el tema de *Aprende en Casa*. Por esta razón, se propone describir la representación social de *Aprende en Casa* en los noticieros de Imagen TV. El estudio de la comunicación de masas es pluridisciplinario. Como puede ser el caso de la psicología, la sociología, la economía, la politología, la historia, el derecho o la lingüística (Rouquette, 1986). Se eligió a la psicología social y en especial la teoría de Moscovici para abordar el objeto de estudio

debido a la influencia que ha tenido en la educación: “En el campo de la educación esta propuesta ha encontrado un terreno fértil, ya que permite observar el juego de las representaciones sociales en los diferentes niveles del sistema escolar, por ejemplo, en el nivel político” (Gutiérrez-Vidrio, 2019, p.107). Para Moscovici (1979) el estudio de la comunicación de masas se puede visualizar de manera diferente la representación social y comprender mejor los intercambios que se operan a su alrededor. Por otra parte, Jodelet (1986) menciona diversas maneras en las que se construye una representación social. En el caso de esta investigación se tomó en cuenta la: “práctica social del sujeto la que es tomada en consideración. Actor social inscrito en una posición o lugar social, el sujeto produce una representación que refleja las normas institucionales derivadas de una posición o las ideologías relacionadas con el lugar que ocupa” (p.479). Finalmente, para describir la representación social de los conductores se optó por el análisis de contenido debido a que no es fácil que los conductores de los noticieros accedan a una entrevista.

Propósito de la investigación

La investigación tiene como propósito describir la representación social de *Aprende en Casa* en los conductores de los noticieros de Imagen TV. Por lo que, se busca identificar la dinámica de sus tres dimensiones: información, actitud y campo de representación. Y establecer el sistema de comunicación: difusión, propagación o propaganda.

Del mismo modo, se plantean las siguientes preguntas: ¿Cuál es el proceso de la representación social de *Aprende en Casa* durante el año 2020?, ¿Cuál es la orientación global que tienen de *Aprende en Casa*?, ¿Cuál es su principal fuente de información?, ¿Qué les permite a los conductores designar una organización coherente de sus juicios?, ¿Qué

imagen están generando de *Aprende en Casa*?, ¿Qué sistema de comunicación es el más dominante?, ¿Los comentarios tienen una función instrumental?

Corpus de estudio

El contenido con el que se trabajó son las diferentes publicaciones en YouTube relacionadas con los noticieros de Imagen TV, el tema *Aprende en Casa* y el año 2020. Específicamente, los videos son fragmentos de los noticieros de Imagen TV en los que se refieren a *Aprende en Casa* en el título o la descripción del video. Aunque estén publicadas en esta plataforma las características de las noticias es que fueron elaboradas para un público de televisión abierta. El posible motivo de publicar los noticieros en esta plataforma es debido a una estrategia digital. Una noticia, a diferencia de otro tipo de contenido televisivo, su ciclo de vida es muy corto. Por lo que, al publicarlos por internet puede darles otro uso. Les puede permitir aumentar su influencia debido a que puede llegar al público que no ve la televisión abierta o hasta dar publicidad a sus noticieros. Asimismo, estos videos pueden estar publicados en otras plataformas: Facebook (@ImagenTVMex) y en Twitter (@ImagenTVMex).

Por otra parte, las razones por las que se seleccionó Imagen TV para la investigación son dos. La primera razón, es porque Imagen TV es una de las empresas que hicieron el convenio con la SEP para transmitir el contenido de *Aprende en Casa*. La segunda razón es debido a que Imagen TV publica más contenido en YouTube que otras televisoras, como puede ser el caso de Televisa o TV Azteca. Esto se puede deber a que mucho de su contenido publicado en YouTube se inserta en las noticias del periódico digital Excélsior. Que estén publicadas las noticias en YouTube facilita la recolección de corpus de estudio debido a que los videos los hace de fácil acceso. Asimismo, el libre acceso le permite a la persona que esté interesada en replicar la investigación poder verificar lo que se está interpretando.

El periodo que se consideró para el corpus de estudio es todo el año 2020. Las características sobresalientes que hacen diferente al año 2020 de los años posteriores son cuatro. La primera, y la más importante, es el año en que Esteban Moctezuma era el titular de la Secretaría de Educación Pública (SEP). Puesto que dejó a principios del año 2021 para ser el embajador de México en EEUU. Segunda, en el año 2020 se empezaron a registrar casos de SARS-CoV-2 en México. Tercero, la SEP comenzó a dar indicaciones emergentes para que los actores de la educación continuarán con sus actividades en el confinamiento. Finalmente, no se iniciaba con la vacunación en los actores de la educación.

El corpus de estudio se recolectó en YouTube. El proceso de selección inició con la búsqueda. Los criterios de la búsqueda fueron: *Aprende en Casa*, educación a distancia, aprendizaje, enseñanza, escuela, pandemia, Imagen TV y el año 2020. La búsqueda no se basó únicamente en las palabras *Aprende en Casa* debido a que se podría haber mencionado indirectamente en el contenido de los videos. Los canales en con los que están publicados estos videos son: Imagen Noticias y Excélsior TV.

Posteriormente, se recurrió a tres criterios de exclusión con los resultados de la búsqueda. El primer criterio radica en quitar los videos en el que el contenido son únicamente fragmentos de la conferencia de prensa matutina del presidente de México. Se consideraron en los resultados de la búsqueda debido a que están publicados en los canales oficiales de Imagen TV y en el título tiene una mención de la televisora. Por ejemplo: *Plan de regreso a clases contará con apoyo de televisoras | Noticias con Francisco Zea*. El segundo criterio de exclusión fue retirar los videos en los que se repiten en contenido pero en el título y canal de YouTube son diferentes. Estos no se podían saber hasta ingresar al contenido debido a que en

los resultados de la búsqueda en YouTube se basan en el título y su descripción. El último criterio de exclusión consistió en cumplir con los requisitos del objeto de estudio de una representación social: objeto de representación, sujetos que la construyen y su contexto (Cuevas, 2016).

Considerando los criterios de exclusión el corpus de estudio se tiene un total de 43 videos publicados a lo largo de todo el año 2020 relacionados con *Aprende en Casa*. El mes de abril es cuando empezó aparecer en los noticieros este tema. Es preciso señalar que, los meses están directamente relacionados con las versiones de *Aprende en Casa* y la cantidad de videos por mes varía mucho. La cantidad de videos por mes es la siguiente: abril (1), mayo (3), julio (4), agosto (32), septiembre (1), diciembre (2). Los meses de abril y mayo corresponden a *Aprende en Casa I*. Los meses de julio, agosto y septiembre pertenecen a *Aprende en Casa II*. Y el mes de diciembre es de *Aprende en Casa III*. Por otra parte, *Aprende en Casa*, en las tres versiones, se toma en cuenta como tema en los noticieros previo al reinicio de las clases. De ahí que, *Aprende en Casa* deja de aparecer en los meses de junio, octubre y noviembre aunque esté activo el ciclo escolar. Junio con *Aprende en Casa I*. Octubre y noviembre con *Aprende en Casa II*. Finalmente, debido a que los criterios de exclusión permitieron la reducción, y por lo tanto un manejo asequible del corpus de estudio, no se requirió de un muestreo.

Análisis

Para cumplir con el objetivo de investigación se utilizó el análisis de contenido para obtener la frecuencia de aparición de las diferentes categorías. Con el número total de cada categoría se obtuvieron los porcentajes con los que se elaboraron gráficas. Por otra parte, se tomaron en cuenta principalmente los comentarios de los conductores de Imagen TV para el análisis. Por

lo que, las partes restantes del noticiero, por ejemplo los reportajes, se utilizaron para contextualizar lo que mencionaron los conductores. Además, se tomaron en cuenta las expresiones lingüísticas para identificar las categorías y no palabras aisladas. Debido a que una palabra aislada puede sacar de contexto. Por ejemplo, se puede mencionar la palabra *secretario* pero esto no significa que se refiera al *secretario* de la SEP. También puede ser el *secretario* de Salud o el *secretario* general del SNTE. Del mismo modo, las expresiones pueden designar la misma categoría aunque de manera distinta. Como puede ser el caso: *titular de la SEP, secretario de la SEP o Esteban Moctezuma Barragán*.

Para validar la construcción analítica se recurrió principalmente a la teoría de Moscovici (1979). Krippendorff (1990) menciona: “Las teorías establecidas que relacionan los datos con su contexto son las fuentes más inequívocas de certidumbre para el análisis de contenido. A veces estas teorías toman la forma de proposiciones bastante concretas, verificadas en una variedad de contextos” (p.152). Sin embargo, utilizar una teoría para la construcción analítica: “puede perderse una parte del contenido de la teoría, o quedar demasiado deformada” (p.154). Para afrontar este inconveniente se recurrió a las unidades de contexto. Las unidades de contexto: “fijan límites a la información contextual que puede incorporarse a la descripción de una unidad de registro” (Krippendorff, 1990, p. 85). Para utilizar estas unidades se debe reconocer y explicar los símbolos codeterminan la interpretación del medio inmediato en el que se extraen sus significado (Krippendorff, 1990). Es decir, se instauraron las unidades de contexto a partir de la revisión de todo el corpus de estudio. Por lo que, se hizo una lista de unidades de contexto basadas en la teoría de Moscovici (1979) para establecer un hilo conductor bajo el cual se estructuren los hallazgos.

En primer lugar, el corpus de estudio muestra una organización que no se relaciona directamente con la teoría pero es importante de considerar para cumplir con el objetivo de la investigación: las versiones de *Aprende en Casa* y los conductores (Tabla 2-3).

Tabla 2. Versión de *Aprende en Casa*

<i>Organización del corpus de estudio</i>	<i>Unidades de contexto</i>
Versión	1. Aprende en Casa I 2. Aprende en Casa II 3. Aprende en Casa III

Tabla 3. Conductores de Imagen TV

<i>Organización del corpus de estudio</i>	<i>Unidades de contexto</i>
Conductor	1. Francisco Zea 2. Nacho Lozano 3. Yuriria Sierra 4. Ciro Gómez Leyva

Como se mencionó para la construcción analítica y reducir la incertidumbre se recurrió a una teoría. Por lo tanto, para empezar a evidenciar la estructura de la representación social se inició con las categorías que propone Moscovici (Tabla 4).

Tabla 4. Categorías de la representación social

<i>Categorías de Moscovici (1979)</i>	
Tres dimensiones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Actitud 2. Información 3. Campo de representación
Sistema de comunicación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión 2. Propagación 3. Propaganda

Posteriormente, la dimensión de actitud se replicó con las divisiones (favorable, desfavorable, no emitida) que propone Moscovici (Tabla 5).

Tabla 5. Actitud

<i>Primera dimensión</i>	<i>Moscovici (1979)</i>
1. Actitud	<ol style="list-style-type: none"> 1. Favorable 2. Desfavorable 3. No expresada

En cambio, las dos dimensiones restantes (información y campo de representación) son datos evaluativos. Por lo que, se tomaron en cuenta las unidades de contexto. Por otra parte, los noticieros de Imagen TV al comentar sobre *Aprende en Casa* organizan la información, la mayoría de veces, en base a fuentes de información. Los conductores de Imagen TV al utilizar fuentes de información se pueden percibir como objetivos y sin la intención de engañar. Además, es la esencia de un noticiero debido a que el receptor tiene la intención de satisfacer la necesidad de conocer qué ocurre con el acontecimiento y sus posibles

consecuencias potenciales (Dobkin & Pace, 2007). Como fue el caso de la educación en la pandemia de COVID-19. Finalmente, la división de que se hizo de las fuentes de información es: organismos gubernamentales o sus representantes relacionados con el campo de la educación, organismos gubernamentales o sus representantes sin relación con el campo de la educación, especialistas, sindicatos o sus representantes, representantes de una ONG, empresarios, no utilizan fuente de información (Tabla 6).

Tabla 6. Información

<i>Segunda dimensión</i>		<i>Unidades de contexto</i>
2. Información	1. Organismos gubernamentales o sus representantes relacionados con el campo de la educación	1. SEP 2. Secretario de la SEP 3. CONAFE 4. MEJOREDU
	2. Organismos gubernamentales o sus representantes sin relación con el campo de la educación	1. Presidente de México 2. Gobernador del Estado de Oaxaca 3. Subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud 4. Secretario de Comunicaciones y Transportes
	3. Especialistas	1. Investigador del COLMEX 2. Investigadora del IMCO 3. Profesor del COLMEX
	4. Sindicatos o sus representantes	1. CNTE 2. Secretario general del SNTE

5. Representantes de una ONG	1. Director ejecutivo de REDIM 2. Directora de la Fundación Ceibal
6. Empresarios	1. Presidente ejecutivo de GEA
7. No utilizan fuente de información	1. Sin fuente

En la categoría de campo de representación se buscaron las palabras que permiten facilitar la inyección de una clasificación a su espectador y generar una estructura en la representación (Tabla 7). Por otra parte, se aclara que el semáforo de riesgo epidémico COVID-19 indica el nivel de riesgo poblacional. Está dividido en cuatro colores y cada color indica incremento o decremento de la actividad epidémica (Cortés y Dyer, 2021).

Tabla 7. Campo de representación

<i>Tercera dimensión</i>	<i>Unidades de contexto</i>
3. Campo de representación	1. Acuerdo histórico 2. Caja Idiota 3. Democratización de la educación 4. Récord de audiencia 5. Semáforo epidemiológico Rojo 6. Semáforo epidemiológico Naranja 7. Semáforo epidemiológico Amarillo 8. Semáforo epidemiológico Verde 9. Tarifa social 10. Televisión como aliada

De la misma manera, en los tres sistemas de comunicación se consideraron unidades de contexto. En el sistema de difusión se dividió considerando el contenido del noticiero. Por otra parte, las unidades de contexto que se tienen en el sistema de propaganda son días específicos. Ya que es lo repiten los conductores como líneas directivas. Se aclara que, no se encontró que los conductores repitan conductas específicas como se esperaría de un sistema de propaganda. Finalmente, en el caso del sistema de propagación no se tienen unidades de registro debido a que no se identificó este sistema de comunicación en el corpus de estudio (Tabla 8).

Tabla 8. Sistemas de comunicación

<i>Categorías de Moscovici (1979)</i>	<i>Unidades de contexto</i>
1. Difusión	Dan información (basada en las autoridades) Entrevista
2. Propagación	-
3. Propaganda	3 de agosto del 2020 (conferencia de prensa) 24 de agosto del 2020 (primer día de clases) Sin orientaciones iterativas

Finalmente, se tomaron en cuenta para el análisis a los actores de la educación. De la misma manera, se consideraron como unidades de contexto. Por lo que, solo se identificaron tres roles en el corpus de estudio (Tabla 9).

Tabla 9. Actores de la educación

<i>Roles</i>	<i>Unidades de contexto</i>
Actores de la educación	1. Estudiante 2. Padres de familia 3. Profesor

En resumen, para la construcción analítica se recurrió al análisis de contenido y a la frecuencia de aparición de las categorías. Con los que se obtendrán sus porcentajes y las gráficas. Las categorías que se priorizaron son las que propone Moscovici (1979). Se partió de las tres dimensiones: *información*, *campo de representación* y *actitud*. Debido a que, estas categorías dan una idea de su contenido y sentido a la representación social (Moscovici, 1979). De la misma manera, se tomaron en cuenta los tres sistemas de comunicación: *difusión*, *propagación* y *propaganda*. Clasificación que permite identificar la estructura de los mensajes y la relación entre el emisor y el receptor (Moscovici, 1979). Posteriormente, de las categorías propuestas por Moscovici (1979) se hizo una lista de unidades del contexto. Por último, se tomaron en cuenta las: versión de *Aprende en Casa*, los conductores, los actores de la educación. Al hacer la división entre las versiones de *Aprende en Casa* permite hacer comparaciones y describir la dinámica de la representación social.

Hallazgos

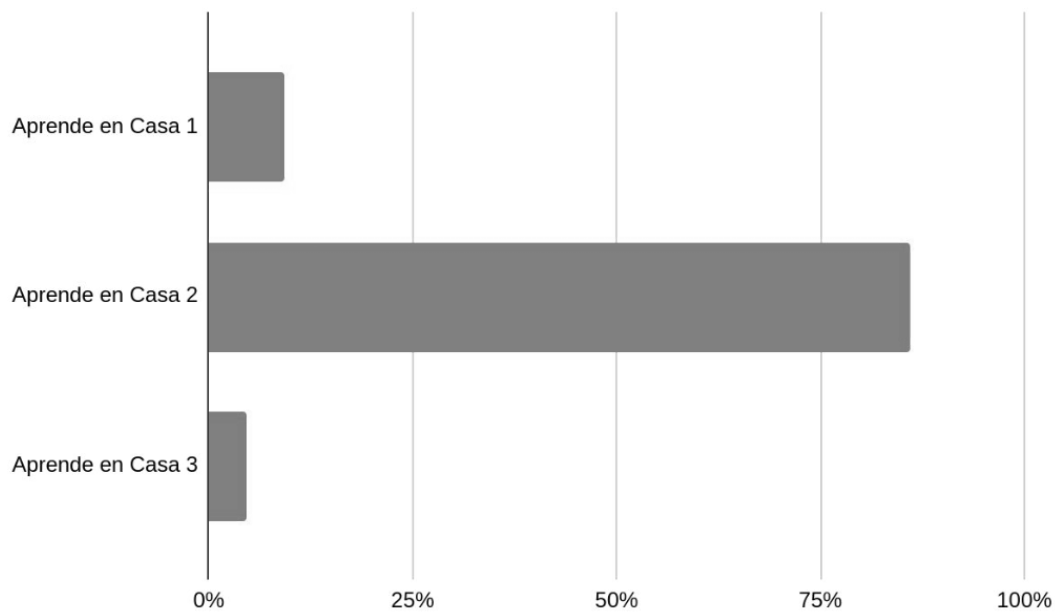
Versiones de *Aprende en Casa*

En un total de 43 vídeos la distribución de las tres versiones de *Aprende en Casa* en el año 2020 es desproporcionada (Gráfica 1). La razón de que *Aprende en Casa I* no fue un tema con tanta aparición en los noticieros es porque el ciclo escolar 2019-2020 estaba por concluir cuando se advirtió del cierre de las escuelas (Gráfica 1). Después del cierre preventivo el titular de la SEP anunció *Aprende en Casa I*. Como medida emergente *Aprende en Casa I* consistió en utilizar las televisoras públicas del estado para transmitir contenido educativo en el nivel inicial, preescolar, primaria, secundaria y bachillerato (Moctezuma, 2020b). Desde este momento, el titular de la SEP indicó que el semáforo epidemiológico de color verde era el requisito para el regreso a clases de manera presencial (Moctezuma, 2020e). Por otra parte, como ejemplo de los primeros comentarios de *Aprende en Casa I* está el de Ciro Gómez Leyva. El conductor haciendo un cuestionamiento al proyecto: “y pues vamos a ver cómo funciona este método”.

Debido a que el confinamiento continuaba y el subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud no señalaba el semáforo epidemiológico de color verde el titular de la SEP y el presidente de México informaron, en conferencia de prensa, que se haría un convenio con las televisoras concesionadas para transmitir *Aprende en Casa II* (Andrés Manuel López Obrador, 2020, 1:52:10 - 1:52:30). *Aprende en Casa II* estaba pensado para el ciclo escolar 2020-2021 con los mismos niveles educativos de *Aprende en Casa I*. El argumento para el convenio con las televisoras fue que era un mecanismo de inclusión educativa debido a la brecha digital que existe en México (Cabrero *et al.*, 2020). *Aprende en Casa II* es la versión que se identificó con mayor cantidad de menciones en los noticieros de Imagen TV (Gráfica 1). El principal motivo es porque Imagen TV fue una de las televisoras concesionadas que se

beneficiaron con el convenio. Entre las acciones que tomó la televisora al anunciarse el convenio fue que los noticieros estuvieran en el sistema de comunicación de propaganda (Gráfica 11). Por ejemplo, el conductor de De Pisa y Corre mencionó: “Bueno, aplausos también a las mamás y a los papás de México. Escuchábamos hace unos instantes al presidente de México. Lo que va venir a partir del 3 de agosto”.

Aprende en Casa III inició en enero del 2021 y tenía la misma lógica que la versión previa. Sin embargo, se menciona en los noticieros de Imagen TV desde diciembre del año 2020. Entre los últimos anuncios que hizo el secretario de la SEP en el año 2020 fue el de reiterar que no se iba regreso a clases presenciales hasta que el semáforo epidemiológico cambiara de color: “les comento que queremos un regreso a clases seguro en enero y ese regreso a clases seguro será obviamente para los estados que estén en verde” (Moctezuma, 2020i). *Aprende en Casa III* es la versión que tiene menor frecuencia (Gráfica 1). Una de las razones de que sea la versión con menor aparición en el año 2020 se debe a que no continuaba el sistema de propaganda que inició en *Aprende en Casa II* (Gráfica 11). De la misma manera, en diciembre el semáforo epidemiológico estaba en color verde en algunos estados del país. Entonces el tema de *Aprende en Casa* se volvía en este momento de interés porque se cumplía con la condición para regresar a clases presenciales. Este puede ser el motivo por el que se consideró *Aprende en Casa* en el noticiero de Yuriria Sierra aunque el sistema de propaganda había concluido. La conductora citando al titular de la SEP menciona: “es probable que algunos estados estén en semáforo verde con cursos presenciales otros tendrán que seguir en modalidad distancia”.

Gráfica 1. Versiones de *Aprende en Casa*

Conductores de Imagen TV

El canal 3.1 es donde se presentan los noticieros de Imagen TV de lunes a viernes con diferentes horarios. Como televisora concesionada buscan la rentabilidad por lo que dependen de su público y la publicidad. Los conductores reflejan en su práctica la rentabilidad de la televisora debido a que la relación con su público va cambiando de acuerdo a la versión de *Aprende en Casa*. En *Aprende en Casa I* el sistema de comunicación es difusión (Gráfica 11). En este sistema de comunicación los conductores de Imagen TV establecen una relación de equivalencia con su público al comentar del tema de *Aprende en Casa I*. Es decir, los mensajes del emisor responden a expresiones de los receptores con el fin de interesarlos y provocar identificaciones (Moscovici, 1979). En *Aprende en Casa II* debido al convenio que Imagen TV hizo con la SEP la relación con su público se vuelve autoritaria (Gráfica 11). La rentabilidad en *Aprende en Casa II* estaba en transmitir contenido educativo en el canal 3.2. de televisión abierta. En este momento los ingresos para la televisora provienen del Gobierno de México y no de mantener el interés de su público. En *Aprende en Casa III* a pesar de que

la televisora continuaba beneficiándose con convenio el sistema de comunicación regresa a difusión debido a que deja de ser instrumental ya que la cantidad de menciones disminuye considerablemente, solo se menciona en un noticiero y no se emiten opiniones del tema (Gráfica 3).

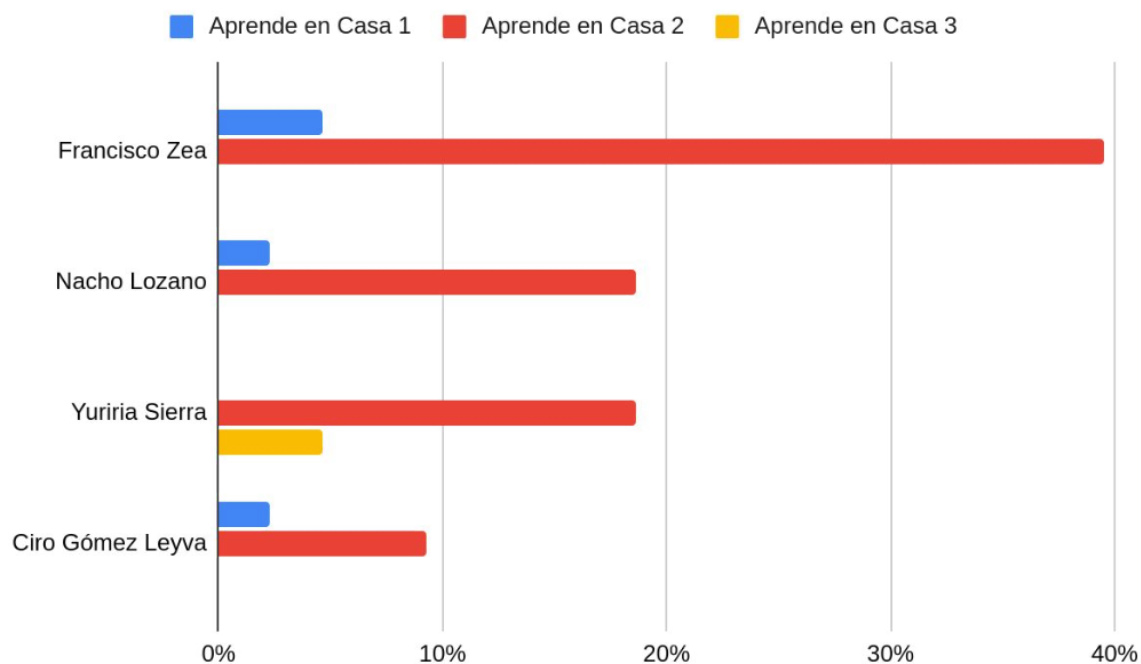
Francisco Zea es el conductor que se presentó desde las 5:50 hrs. (Imagen Digital, 2020). Él es el conductor que más comentó sobre *Aprende en Casa* en el año 2020. Sin embargo, en *Aprende en Casa III* no se encontró mención del tema de *Aprende en Casa* en su noticiero (Gráfica 2). En *Aprende en Casa II* es cuando más emite una actitud (Gráfica 3). Por ejemplo, al entrevistar al titular de la SEP después del convenio: “Esteban, finalmente, disposición completa de los dueños de las televisoras para participar en esto. Para coadyuvar en un momento importante en México.”

Nacho Lozano es el tercer conductor que más considera el tema de *Aprende en Casa* en su noticiero. El noticiero en el que era titular tiene el nombre De Pisa y Corre y se presentó inmediatamente después del noticiero de Francisco Zea (Imagen Digital, 2020). Al igual que el conductor previo solo considera el tema de *Aprende en Casa* en sus dos primeras versiones (Gráfica 2). Por otra parte, su noticiero tiene una diferencia muy marcada con los otros tres noticieros debido a que presenta las noticias: “con un toque de humor y diversión” (Imagen Digital, 2021). Por lo que, en ocasiones utiliza la burla en el noticiero. Por ejemplo, en el primer día de clases comentó: “póngale la tele en otro cuarto al niño y quédese usted con nosotros. También, una cosa es la educación y otra cosa es... ¿Nada más tienes una tele? Pero qué tal en el celular ¿no? Si ve la transmisión del fútbol en vivo ¿no? Pero cuando se trata de conectarle la clase al niño: ‘Hijole hijo no está jalando ahorita el internet, ya ni modo papito, decimos que amaneciste mal del estomago’ ”.

Yuriria Sierra se presentó a las 14:00 horas en el noticiero: Noticias con Yuriria Sierra (Imagen Digital, 2020). La conductora ocupa el segundo lugar en mencionar el tema de *Aprende en Casa* (Gráfica 2). Y es la única que considera *Aprende en Casa III* en su noticiero en el mes de diciembre. Pero, no se encontró que menciona *Aprende en Casa I* (Gráfica 1). Por otra parte, la conductora es la que menos emite una opinión sobre el tema durante el año 2020 (Gráfica 4). La conductora regularmente se limita a citar a las autoridades: “nueve de cada diez estudiantes del país toman clases por el programa *Aprende en Casa II* esto lo afirma el secretario de Educación, Esteban Moctezuma, resaltó que el principal contacto de maestros y alumnos es a través de la tele”.

Ciro Gómez Leyva presenta en el horario nocturno las noticias en el noticiero: Noticias con Ciró Gómez Leyva (Imagen Digital, 2020). El conductor es el que se encontró con menos menciones de *Aprende en Casa* en su noticiero. *Aprende en Casa II* es el que tiene mayor número de frecuencia (Gráfica 2). El primer comentario que hace de *Aprende en Casa II* es: “En ningún otro país del mundo. Buenas noches. La Secretaría de Educación Pública y en la presencia de la república informaron que el próximo ciclo escolar comenzará hasta el lunes 24 de agosto”.

Gráfica 2. Conductores de Imagen TV



Actitud

La actitud desfavorable es una característica de *Aprende en Casa I*. En este momento se buscaba mantener el interés en el público por lo que las expresiones debían de ser capaces de llamar su atención. Por otra parte, la actitud desfavorable es la más constante porque aparece desde la primera versión y se mantiene en *Aprende en Casa II* (Gráfica 3).

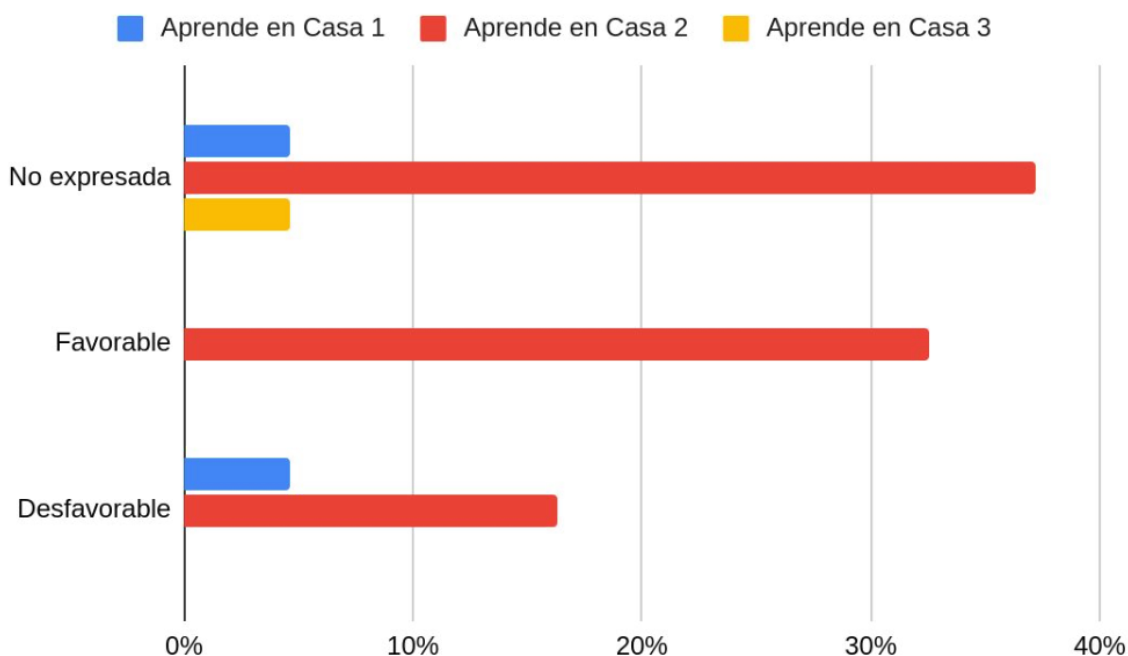
En *Aprende en Casa II* la actitud que predomina es favorable. Sin embargo, también aparece la actitud desfavorable (Gráfica 3). Los cambios de actitud son característicos del sistema de difusión. Pero, se clasificó como propaganda debido a que se observa en *Aprende en Casa II* una organización sistemática del tema. El sistema de propaganda también es la razón por la que la actitud favorable solo se encuentra en *Aprende en Casa II*.

En *Aprende en casa III* el no expresar una actitud es lo que domina. Aunque, en *Aprende en casa III* casi no es tomado en cuenta en el año 2020. Solo Yuriria Sierra lo menciona en su

noticiero. Por otra parte, el no expresar una actitud, en las tres versiones de *Aprende en Casa*, es la que tiene una mayor frecuencia (Gráfica 3).

Francisco Zea es el segundo conductor que emite una actitud desfavorable (Gráfica 4). Cuestionando al titular de la SEP en *Aprende en Casa I*: “en cualquier país del mundo la brecha digital que se pueda tener entre una persona que tiene acceso a internet es total y absolutamente la diferencia en una educación de calidad. En una educación que pueda ser competitiva eso es una pues bueno es un hecho que no se puede dejar de lado pese a lo que diga el secretario de educación pública”. En *Aprende en Casa II* el conductor dice: “es una gran lucha, que en casa acostumbres, a que, el niño o la niña estén exactamente en esas mismas condiciones que no crean que por estar en casa no se lo tomen en serio”.

Gráfica 3. Actitud por versión de *Aprende en Casa*



El que más emite una actitud desfavorable es el conductor de Pisa y Corre (Gráfica 4). En *Aprende en Casa I* menciona: “pues a ver cómo les va con este regreso porque, lo pronto, los papás, no muy bien, los niños no necesariamente están haciendo caso y no necesariamente están aprovechando estos días para estudiar”. En *Aprende en Casa II* Nacho Lozano describe: “no es lo mismo señora tomar clases a distancia, los niños se aburren, no es lo mismo que estar con el maestro ahí, preguntar, abrazar, tocar. Pues no se va poder pero sí a distancia cuestionar todo el tiempo”.

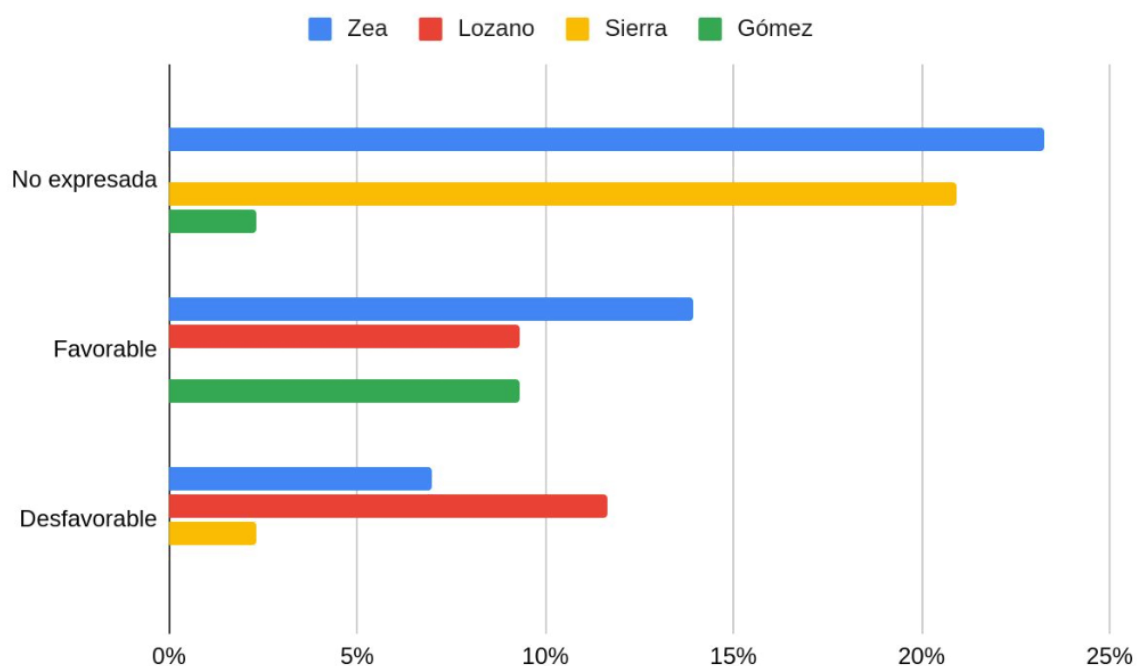
La única opinión que hace Yuriria Sierra es desfavorable y corresponde a *Aprende en Casa II* (Gráfica 4). La conductora muy brevemente antes de un reportaje expresa del regreso a clases: “Otros estudiantes, ni computadora, ni tele”. Por otra parte, Ciro Gómez Leyva no emite una actitud desfavorable de *Aprende en Casa*.

La actitud favorable es exclusiva de *Aprende en Casa II*. El conductor que más la emitió fue Francisco Zea (Gráfica 4): “creo que tenemos que abrirnos de verdad a nuevas formas de educación a lo mejor para ti y para mi es totalmente impensable”. Nacho Lozano y Ciro Gómez Leyva tienen la misma frecuencia. El conductor de Pisa y Corre menciona: “lo que va venir a partir del 3 de agosto cuando los niños se enfrentaran a tiempos en los que repasaran lecciones del sistema educativo mexicano a través de la televisión, a través de la radio, porque los tiempos así lo exigen”. En el noticiero de Ciro Gómez Leyva su titular expresaba: “por suerte en este proyecto parte de las clases por televisión se transmitirán en el 3.2 de Imagen Televisión”.

Al comparar las actitudes de *Aprende en Casa I* y *Aprende en Casa II* pueden percibirse que están en contradicción (Gráfica 3). Sin embargo, no es contradictorio desde la rentabilidad.

Debido a que los beneficios económicos les permitía cambiar el sistema de comunicación de difusión a propaganda. Por otra parte, la formación de una representación social es una de las funciones de la propaganda (Moscovici, 1979). Pero, los cambios de actitud pueden haber afectado la construcción de la percepción favorable del uso de las televisoras concesionadas para *Aprende en Casa II*. Actitud que se pretendió incrustar después de anunciar el convenio.

Gráfica 4. Actitud por conductor



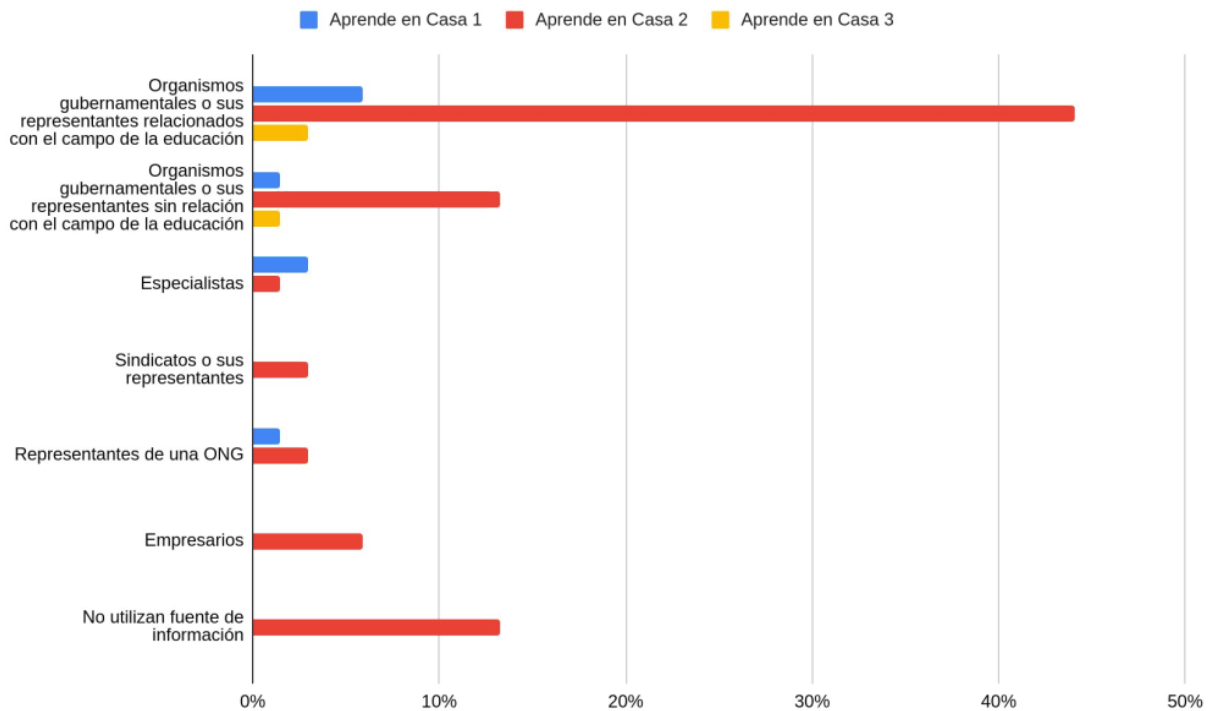
Información

La forma en que regularmente organiza la información los noticieros de Imagen TV respecto al objeto de representación es a través de sus fuentes. Las fuentes de información les permite a los noticieros cuidar la calidad y la cantidad de información. En especial, cuando los conductores no emiten una opinión de *Aprende en Casa*. Las fuentes de información con mayor frecuencia se relacionan con las autoridades: La Secretaría de Educación Pública (SEP), el titular de SEP y el presidente de México (Gráfica 6-7). Debido a que los noticieros

deben de ser percibidos como fuentes confiables puede ser la razón por lo que están atentos a las autoridades. Además, de que SEP o el titular de SEP son las encargadas de informar de las decisiones. Como puede ser el caso de la reapertura de las escuelas. La principal fuente de información es el titular de la SEP y es constante en las tres versiones de *Aprende en Casa* (Gráfica 5). Por ejemplo, en *Aprende en Casa I* Francisco Zea citó: “El titular de la SEP, Esteban Moctezuma, aseguró que el programa Aprende en Casa no fue planteado desde internet sino desde el libro de texto gratuito”. En *Aprende en Casa II* Ciro Gómez Leyva notificó: “El secretario de educación Esteban Moctezuma informó que hasta el momento hay un millón de maestras y maestros que se han capacitado en herramientas digitales y contenidos para que puedan difundirse a través de la televisión”. Finalmente, en *Aprende en Casa III* Yuriria Sierra informaba: “Esteban Moctezuma detalló que los estados que se encuentren en semáforo verde podrán regresar a las aulas”.

El presidente de México como fuente de información solo corresponde *Aprende en Casa II* (Gráfica 5). Yuriria Sierra previo al inicio del ciclo escolar menciona: “Por instrucciones del presidente se impartirá además la nueva materia vida saludable que incluirá información sobre nutrición, ejercicio, higiene y salud mental. Para combatir al coronavirus”. Por otra parte, el empresario y presidente ejecutivo de Grupo Empresarial Ángeles también es exclusivo de *Aprende en Casa II* (Gráfica 5). Él dio unas palabras en la conferencia de prensa el día del convenio. De ahí que tenga menciones en los noticieros. Como es el caso del conductor de *Pisa y Corre*: “El presidente ejecutivo de Grupo Empresarial Ángeles, Olegario Vázquez Aldir, se dijo listo para contribuir con esta tarea educativa a través de esta casa, Imagen Televisión. Lo vamos hacer a través del canal 3.2”.

Gráfica 5. Fuentes de información

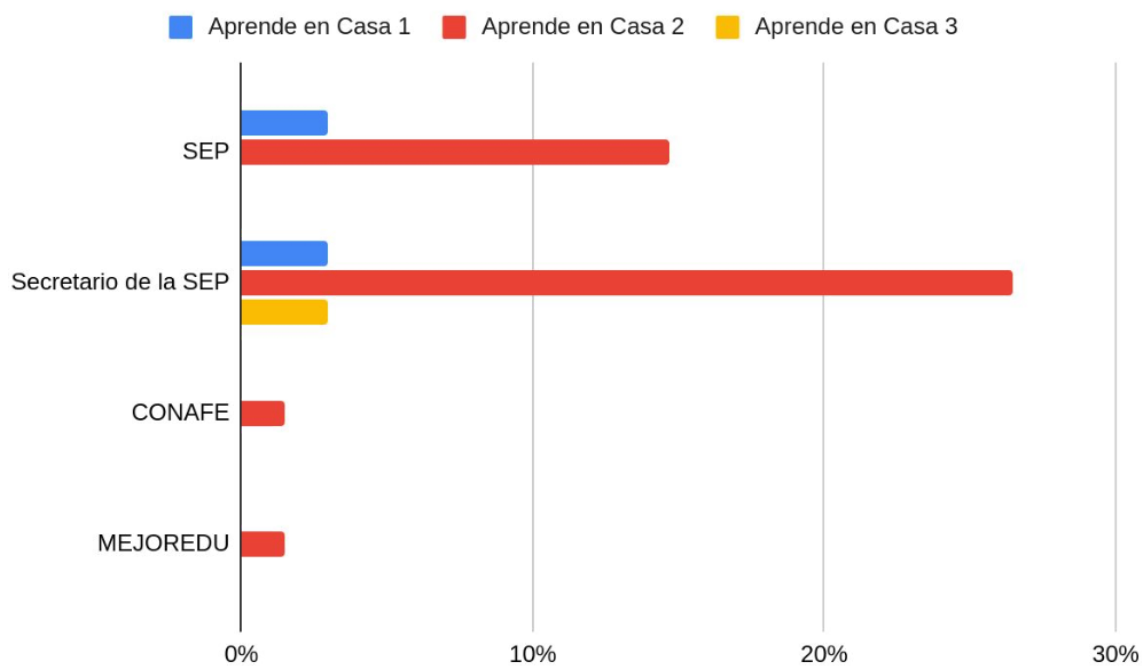


El uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para la enseñanza mostró un aumento como política en los países de América Latina. Sin embargo, para su utilización se tenían que tomar en cuenta: el acceso, el uso y la velocidad de conexión (Rivoir, Morales y Garibaldi, 2021). En *Aprende en Casa I* se puede observar en la política del Gobierno de México el uso de las TIC. De ahí que, se recurrió a la capacitación de los profesores, directores y supervisores para que utilizaran *Google for Education* (Moctezuma, 2020f). No obstante, el acceso y la velocidad de conexión no se consideraron en *Aprende en Casa I* por lo que surgieron cuestionamientos. En el noticiero de Francisco Zea se puede observar en discurso del secretario de la SEP a las críticas que se hicieron en *Aprende en Casa I* por el uso de las TIC: “El titular de la SEP, Esteban Moctezuma, aseguró que el programa *Aprende en Casa* no fue planteado desde internet sino desde el libro de texto gratuito por lo que es equitativo indicó. Que incluso la OCDE y la UNESCO reconocen el esfuerzo de México para avanzar hacia la equidad con la vanguardia de la educación a

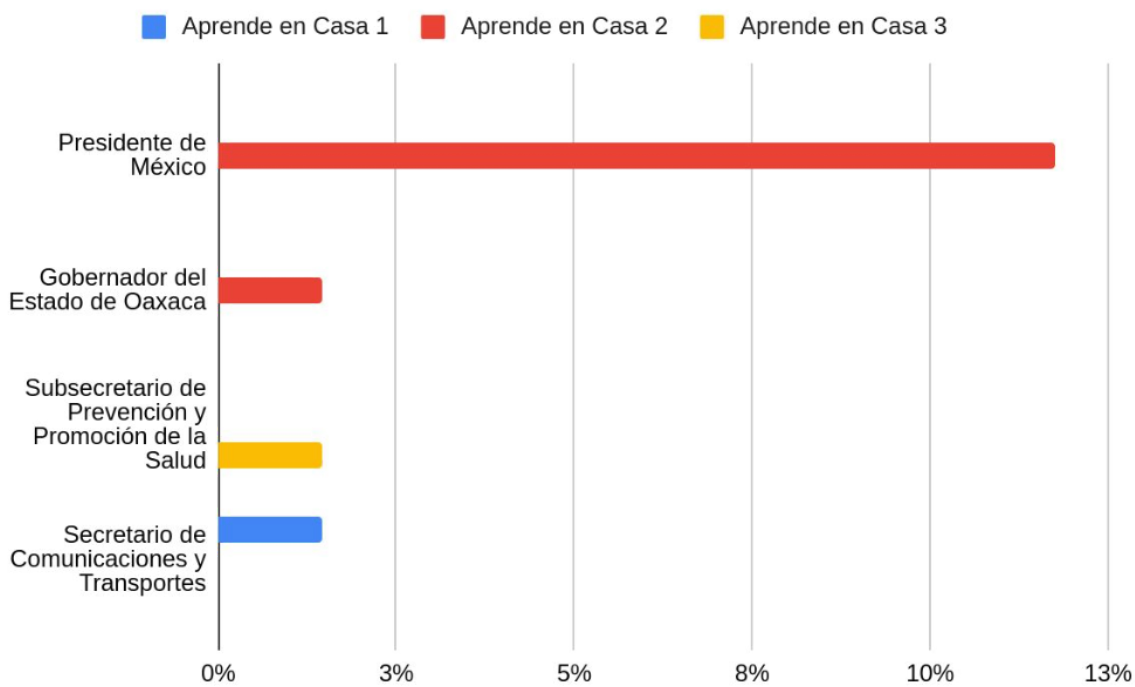
distancia”. Que los estudiantes de América Latina tuvieran acceso era lo más difícil de lograr ya que se requiere de una inversión económica para facilitarles a los estudiantes un equipo de cómputo e invertir en infraestructura para proporcionarles el servicio de internet en lugares del país donde no se tiene (Rivoir, Morales y Garibaldi, 2021). A esta política en educación se le tenía que añadir la política de austeridad republicana del Gobierno de México. Con el que se tuvo un recorte de presupuesto de las instituciones públicas. Con fue el caso de la SEP (Vera, 2021).

El Gobierno de México, como otros países de América Latina, no podía cumplir a corto plazo con el acceso, el uso y la velocidad de conexión para el uso de las TIC en su política educativa durante la pandemia (Rivoir, Morales y Garibaldi, 2021). Por lo que, la Secretaría de Educación Pública optó por utilizar la televisión como medio de comunicación principal para *Aprende en Casa II* (SEP, 2020b). Medio que se había empleó desde la versión previa de *Aprende en Casa* (SEP, 2020a). Por otra parte, Imagen TV estaba a favor del uso de la televisión en lugar de las TIC como política educativa en la pandemia (Gráfica 11). Y es lo que también estaban señalando sus principales fuentes de información en *Aprende en Casa II*: SEP, el secretario de la SEP y el presidente de México (Gráficas 6-7).

Gráfica 6. Organismos gubernamentales o sus representantes relacionados con el campo de la educación



Gráfica 7. Organismos gubernamentales o sus representantes sin relación con el campo de la educación



Campo de representación

El tiempo que tiene un conductor de noticias para comentar un tema puede llegar a ser muy corto debido a los costos de transmisión. Por lo que, los conductores tienen que ser concretos en las palabras que utilizan para generar un campo de representación. Las palabras de los conductores de Imagen TV que les permite una clasificación y un nivel de imaginación se pueden dividir en tres tipos. Las primeras provienen de las autoridades y las repiten los conductores: *semáforo epidemiológico*, *acuerdo histórico* y *tarifa social*. Las segundas son propias de los conductores y surgen después del convenio: *democratización de la educación*, *récord de audiencia* y *televisión como aliada*. Las últimas, son una respuesta a las críticas de utilizar la televisión para *Aprende en Casa II: caja idiota*.

El *semáforo de riesgo epidemiológico de color verde* es el que aparece con mayor frecuencia y se identificó en las tres versiones (Gráfica 8). Por ejemplo, Francisco Zea en *Aprende en Casa I* mencionaba: “el regreso a clases en cada entidad se va realizar cuando el semáforo de control de la pandemia está en verde”. Nacho Lozano en la segunda versión de *Aprende en Casa* comentaba: “que no le den mal la información del semáforo de los estados es que van a regresar a clases y no van a regresar a clases hasta que el semáforo esté en verde. Hasta que el semáforo está en verde hasta entonces es cuando se va, se va digamos a retomar el sistema educativo tal y como lo conocíamos en la vieja normalidad”. En *Aprende en Casa III* Yuriria Sierra describió: “el secretario argumentó que aunque en enero es probable que algunos estados estén en semáforo verde”. Lo que comparten estas tres versiones es que indican un futuro incierto debido a que no se conocía hasta cuándo se iba dar el regreso al sistema presencial. Lo mismo pasa en la única ocasión que se mencionaron los colores restantes del *semáforo epidemiológico* en el noticiero de Yuriria Sierra: “Esteban Moctezuma detalló que los estados que se encuentren en semáforo verde podrán regresar a las aulas mientras que los

que se encuentren en semáforo amarillo podrán abrir las escuelas para dar asesorías y los que estén en naranja o en rojo las clases tendrán que ser necesariamente por internet o por televisión”.

Las palabras de *acuerdo histórico* y *tarifa social* son palabras del presidente de México (Gráfica 8). Estas palabras las reproducen Ciro Gómez Leyva y Francisco Zea en sus noticieros. En el noticiero de la noche Ciro Gómez Leyva describió sobre el *acuerdo histórico*: “Esta mañana se firmó en Palacio Nacional el convenio entre el Gobierno Federal y las empresas mexicanas de televisión abierta. Convenio histórico lo llamó el presidente López Obrador. Convenio del gobierno federal con Imagen Televisión, con Televisa, con TV Azteca y con Multimedios”. Por su parte, Francisco Zea mencionó: “Desde el salón Tesorería del Palacio Nacional en donde firmaron el convenio. El presidente López Obrador consideró el acuerdo como histórico y único en su tipo”. Sobre la *tarifa social* el conductor de Pisa y Corre describió: “El presidente Andrés Manuel López Obrador aseguró que su gobierno pagará tarifa social por los gastos de operación de las concesionadas televisivas por difundir los contenidos educativos. Pero esto no significa un cambio en las concesiones”.

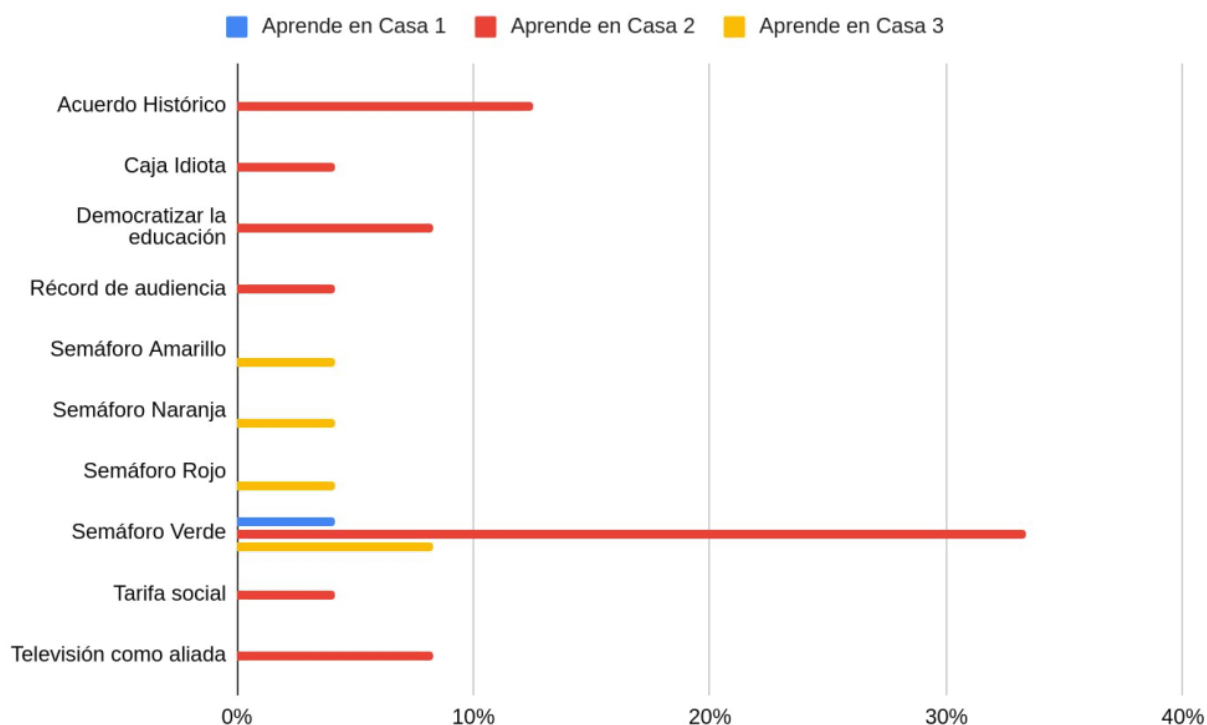
Por otra parte, las dos veces que se menciona *democratizar la educación* es en *Aprende en Casa II* y corresponde a Francisco Zea (Gráfica 8). Lo utiliza como argumento a favor de la educación a través de la televisión: “Quizá vamos a democratizar un poco la educación porque hay niños que de verdad tiene lo mejor a veces caminar unas dos horas, tres horas para poder llegar de su población hasta la escuela eso pasa es una realidad a veces, bueno, tienen a su disposición a lo mejor una bicicleta a veces incluso en un animal de carga en donde tienen que llegar ”.

Récord de audiencia lo menciona Ciro Gómez Leyva en su noticiero (Gráfica 8). Las palabras le surgieron al describir los datos que dió la SEP del primer día de clases de *Aprende en Casa II*: “Pues de confirmarse estas cifras que nos adelanta. Cifras provisionales de la Secretaría de Educación Pública se estarían rompiendo récords de audiencia durante todo el día habrían visto estos programas de televisión en distintas pantallas 26, 27, 28 millones de mexicanos. Vaya cifra. Parte de ellos lo vieron a través o tomaron sus clases a través de Imagen Televisión”.

Televisión como aliada lo mencionan Francisco Zea y Nacho Lozano al llegar el primer día de clases de *Aprende en Casa II* (Gráfica 8). Francisco Zea indicó: “La realidad nos alcanzó sin duda y ahora las pantallas se convirtieron en las grandes aliadas de la estrategia educativa en estos tiempos pandémicos”. El conductor de *Pisa y Corre* de manera muy semejante dijo: “Las pantallas que se han convertido ahora en las grandes aliadas de la estrategia educativa en tiempos pandémicos”.

Finalmente, la *caja idiota* se mencionó en *Noticias* con Ciro Gómez Leyva (Gráfica 8). El conductor lo recuperó del comentario de uno de los periodistas de la conferencia de prensa para quejarse del convenio con las televisoras concesionadas: “Esta mañana en Palacio Nacional ante los concesionarios de la televisión abierta uno de los periodistas de la mañanera desempolvó el término de los años, pues, de los años setentas el término de la *caja idiota* para referirse a la televisión”. El conductor termina comentando sobre esto: “Pero ni hablar las cosas que hay que escuchar en las mañaneras, las groserías, las groserías que hay que aguantar. Incluso en días como hoy, días de fiesta”.

Gráfica 8. Campo de representación



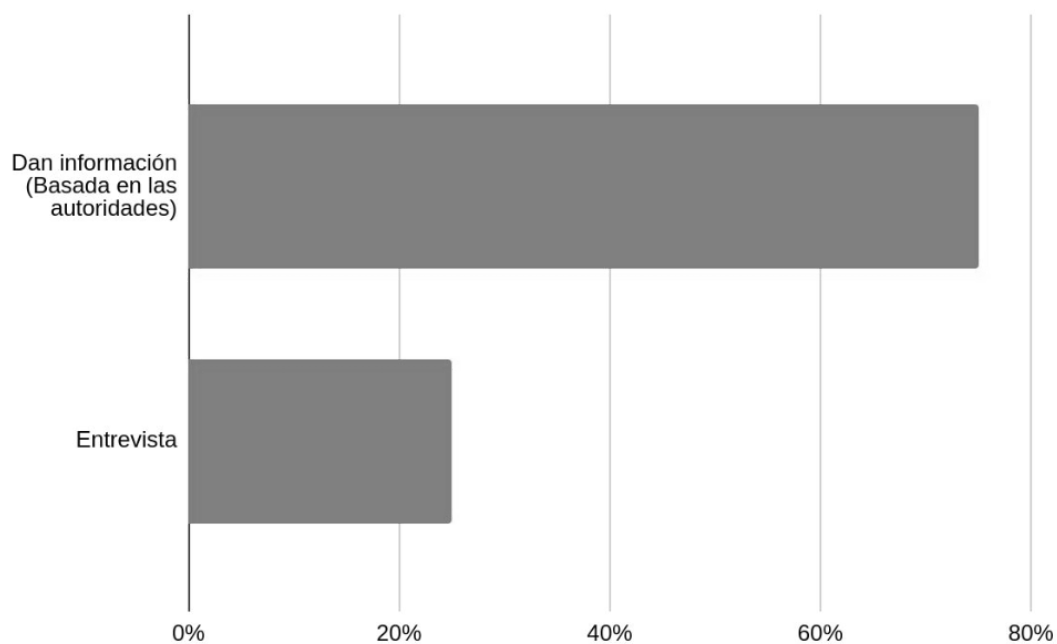
Sistemas de comunicación

En el año 2020 se identificaron dos sistemas de comunicación en los noticieros de Imagen TV (Gráfica 11). En específico, difusión y propaganda. Estos dos sistemas se relacionan con la versión de *Aprende en Casa* (Gráfica 1). La principal diferencia entre estos dos sistemas de comunicación es la relación con su público. En la difusión hay una dependencia entre el emisor y el receptor. Por lo que, en este sistema de comunicación el problema es la adaptación del mensaje. En el caso del sistema de propaganda es lo opuesto al de difusión debido a que el mensaje goza de una autonomía visto que tiene una función instrumental (Moscovici,1979)

En *Aprende en Casa I* el sistema dominante es difusión (Gráfica 11). Este sistema de comunicación se evidencia al comparar *Aprende en Casa I* con *Aprende en Casa II*. Primero

la frecuencia de aparición es mucho menor en *Aprende en Casa I*. Segundo, la actitud se vuelve contradictoria debido a que de desfavorable cambia a favorable. El contenido en el sistema de difusión regularmente consistió en dar información proporcionada por las autoridades (Gráfica 9). Ciro Gómez Leyva en *Aprende en Casa I* describió: “la SEP reinició las clases. Pero a distancia con el programa *Aprende en Casa*. Estas clases se transmiten por los canales de televisión. Por Ingenio TV, Once niños y TV UNAM. Son clases para los niveles de preescolar, primaria y secundaria”. Por otra parte, en el caso de las entrevistas corresponde solo *Aprende en Casa I* y son a especialistas de educación o funcionarios públicos (Gráfica 9).

Gráfica 9. Contenido del sistema de difusión



En *Aprender en Casa II* el sistema dominante es propaganda. En este sistema de comunicación se observa el mayor número de frecuencias en comparación con las otras dos versiones (Gráfica 11). El objetivo de la propaganda es que el público percibiera como

favorable que las televisoras concesionadas participaran en *Aprende en Casa*. Por lo que, la actitud favorable es la que tiene mayor frecuencia en *Aprende en Casa II*. Sin embargo, la actitud desfavorable también se identificó en este sistema de comunicación (Gráfica 3). La actitud negativa se observa cuando se aleja el día que se presentó el convenio y se acerca el inicio del ciclo escolar.

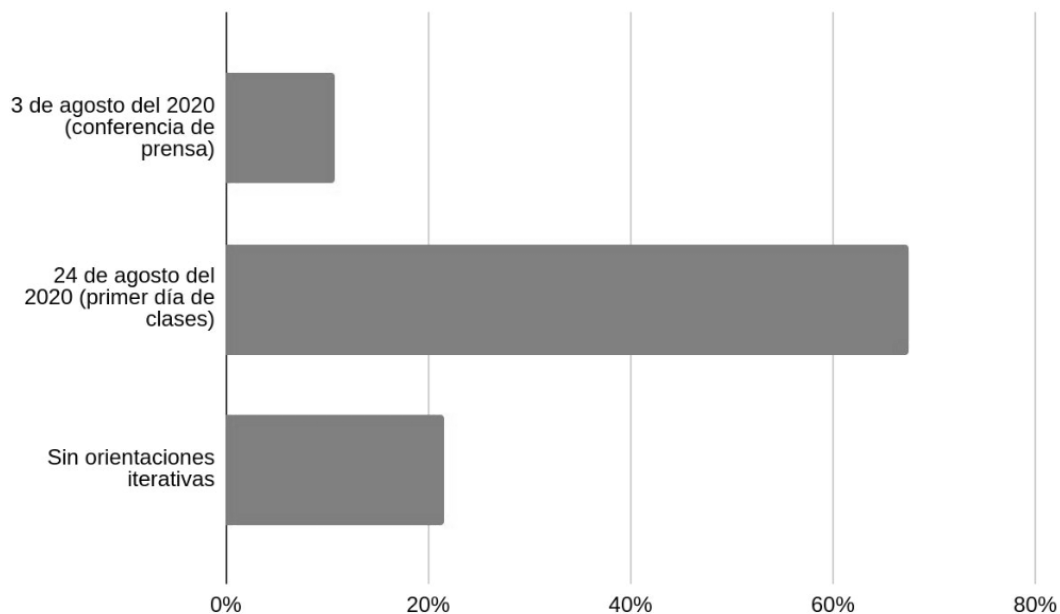
En el sistema de propaganda lo que repetían los conductores de Imagen TV no son comportamientos explícitos sino días específicos. Los cuales hacen mención previamente de que pasen. En otras palabras, la función de la propaganda de *Aprende en Casa* es organizadora ya que ordena los mensajes para preparar a su público para un acontecimiento futuro.

El primer día que repiten es el lunes 3 de agosto del año 2020 (Gráfica 10). Ese día es importante porque el Gobierno de México informó sobre la propuesta del regreso a clases para el ciclo 2020-2021 en la conferencia de prensa del presidente de México. En los cuatro videos identificados no se menciona directamente *Aprende en Casa*. Sin embargo, es el día que presentó el convenio con las televisoras concesionadas para transmitir el contenido de *Aprende en Casa II*. Al parecer, los conductores no se podían adelantar a la conferencia del presidente de México para mencionar el convenio. Yuriria Sierra en su noticiero detalla: “El próximo lunes la SEP presentará propuesta para el regreso a clases, informó López Obrador”.

El segundo día que mencionan y que tiene mayor frecuencia de aparición es el 24 de agosto del año 2020 (Gráfica 10). Este día corresponde al inicio del ciclo escolar 2020-2021. Aquí se encuentran comentarios como el de Francisco Zea: “Será el próximo 24 de agosto cuando

inicie el ciclo escolar 2020-2021” o el de la conductora Yuriria Sierra: “Inicia este 24 de agosto con clases a distancia y concluye el 9 de julio del 2021”.

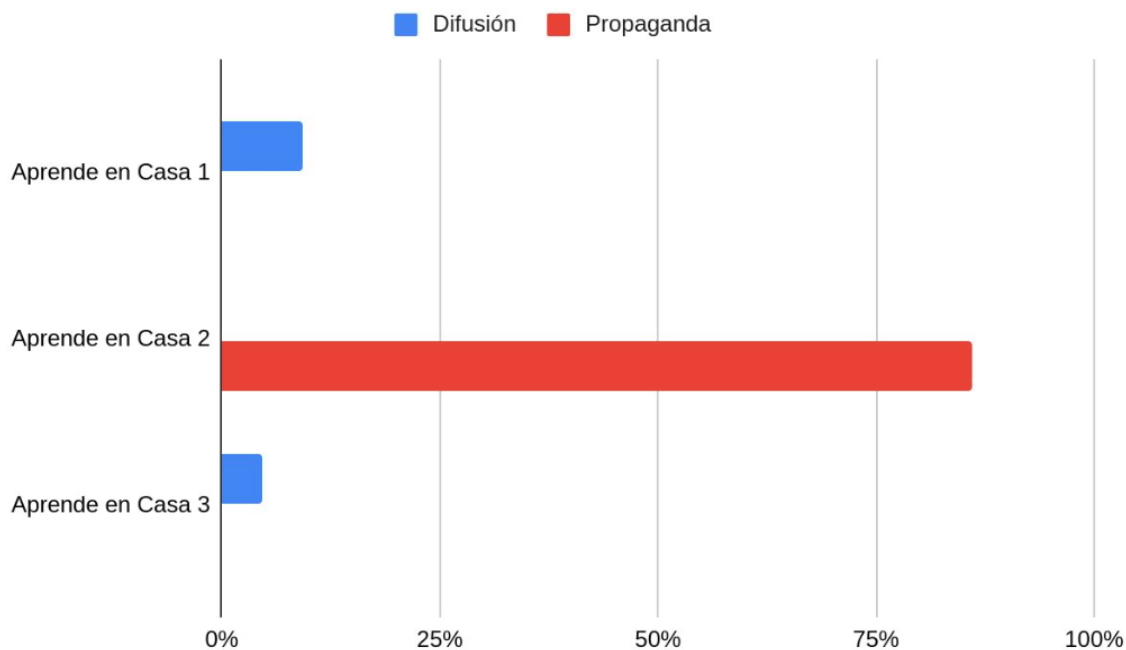
Gráfica 10. Repetición de los días



Finalmente, en *Aprende en Casa III* se pudo haber mantenido el sistema de propaganda debido a que el convenio con Imagen TV continuaba. Además, esto permitiría seguir construyendo el objetivo de la propaganda que inició en la versión previa. Sin embargo, en *Aprende en Casa III* ya no se emitió una actitud, solo se consideró el tema en el noticiero de Yuriria Sierra y se tiene una frecuencia muy baja de aparición al compararlo con *Aprende en Casa II* (Gráfica 11). El contenido que proporcionó la conductora se limitó a dar datos proporcionados por las autoridades. De manera muy semejante a *Aprende en Casa I*, el contenido en el sistema de difusión consistió en dar información de las autoridades (Gráfica 9). Por ejemplo, Yuriria Sierra compartía: “el secretario de educación anunció que la SEP ya prepara *Aprende en Casa III*. El secretario argumentó que aunque en enero es probable que

algunos estados estén en semáforo verde con cursos presenciales otros tendrán que seguir en modalidad distancia”.

Gráfica 11. Difusión y propaganda



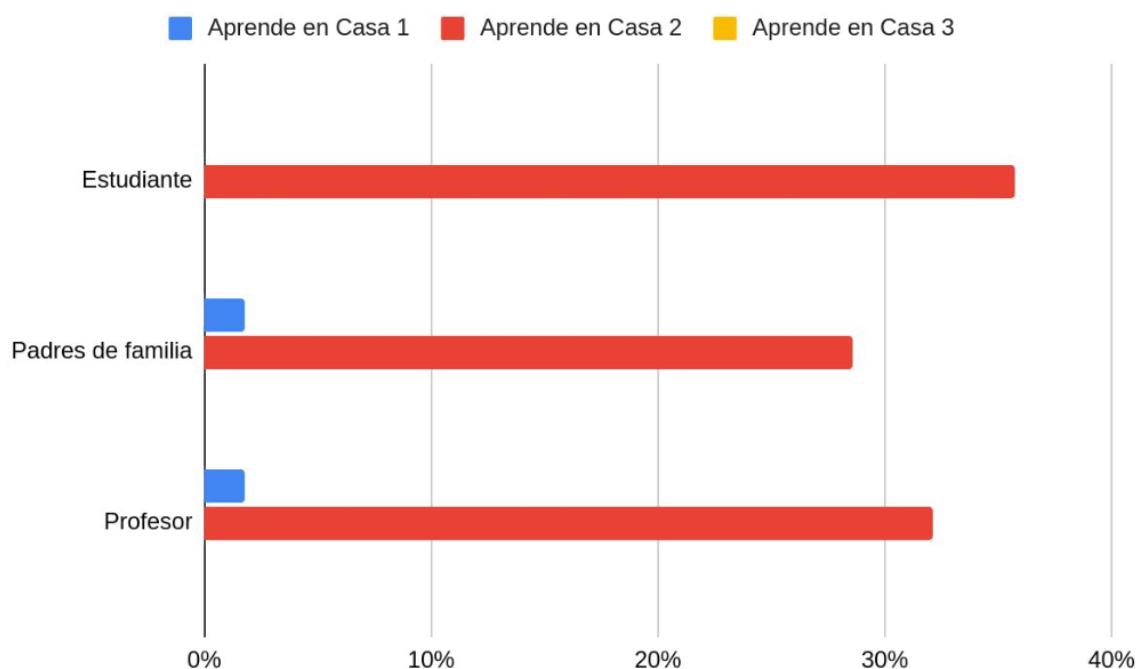
Actores de la educación

Estudiantes, profesores y padres de familia son los roles que mencionaron los conductores de Imagen TV (Gráfica 12). Durante la pandemia la actuación de los actores cambió por lo que los conductores podrían establecer una conducta adecuada. En especial, en el sistema de propaganda. Sin embargo, los padres de familia es el único rol en el que mencionan un cambio en la forma de actuar. Específicamente, una mayor participación de los padres en la educación de sus hijos. Por ejemplo, el Conductor de De Pisa y Corre: “ahora en estos tiempos qué sería sin los papás que también les toca ser maestros y que también les toca vigilar a sus hijos haciendo las tareas y participar de su educación. Así que bueno vamos viendo cómo nos va”. Francisco Zea también lo comenta en su noticiero: “Los sistemas

educativos más exitosos de la historia de la humanidad tienen que ver con que los padres estén ahí”.

El rol del estudiantes es el que más se menciona (Gráfica 12). Sin embargo, no hay comportamientos explícitos. Las veces que lo mencionan, en su mayoría, está acompañado con estadísticas. Por ejemplo, Ciro Gómez Leyva menciona: “A partir del lunes 24 en nuestro canal en el 3.2 un universo potencial de 30 millones de alumnos podrán seguir estos contenidos, estos cursos a través de Imagen Televisión”.

En el caso de los profesores se limitan a agradecer por sus servicios (Gráfica 12). Francisco Zea sobre ellos menciona: “Mire, no hay que dejar de insistir en que también los maestros. Ustedes que tienen esta vocación son insustituibles, la escuela es un espacio sagrado y esta es una historia justamente de esta población que no podrá tener acceso a las clases a distancia”. Asimismo, se hace un reconocimiento a los profesores y padres de familia cuando los conductores citan a su principal fuente de información: “Esteban Moctezuma, el secretario de educación, también reconoció el esfuerzo que padres y madres de familia están haciendo. Destacó el trabajo comprometido de los maestros” mencionó Yuriria Sierra. La pandemia pudo haber ayudado a valorar la profesión docente debido a la alta demanda de atención que supone el trabajo con menores de edad. Sin mencionar que los profesores enfrentan el reto de grupos de aproximadamente cuarenta estudiantes en sus aulas (Gutiérrez, 2020).

Gráfica 12. Actores de educación por versión de *Aprende en Casa*

Para finalizar, la dinámica de la representación social de *Aprende en Casa* en el año 2020 tiene dos características relevantes: la rentabilidad de la televisora y el semáforo epidemiológico de color verde. Considerando la lógica de la rentabilidad se observa como los beneficios económicos hacen que la relación con su público se modifique. Es marcado el interés por el tema en *Aprende en Casa II* debido a que se identificó mayor número de videos y la actitud favorable exclusiva de esta versión. Sin el convenio que hizo la SEP con Imagen TV para esta versión de *Aprende en Casa* posiblemente no hubiera existido esta inclinación. De la misma manera, se puede pensar que la televisora al favorecerse económicamente del tema *Aprende en Casa II* muy probablemente, en el mes de agosto, desplazó a otros temas que surgieron en la pandemia para darle preferencia a este. Como puede ser el caso de la cantidad de contagiados, la saturación de hospitales, los fallecimientos o hasta los problemas económicos debidos al confinamiento. Por otra parte, el semáforo epidemiológico de color verde también fue relevante debido a que la primera fuente de información lo nombra

constantemente. Los colores restantes del semáforo epidemiológico la frecuencias de aparición es muy escasa en comparación con el color verde. Sin embargo, a pesar de que el semáforo epidemiológico de color verde esta mencionado con *Aprende en Casa* lo que en realidad significa el color verde es que concluyo el proyecto educativo y se tiene un regreso a clases de manera presencial. Por lo que, *Aprende en Casa* se mantenía como método de enseñanza cuando el riesgo de contagio era moderado, alto o máximo.

Discusión

En el pensamiento natural o espontáneo las relaciones sociales controlan, seleccionan y dirigen el pensamiento clasificatorio de los sujetos. Sin embargo, en el caso de los noticieros Imagen TV el pensamiento clasificatorio es diferente debido a que existe una reflexión previa del contenido. En el que se muestra una línea directiva motivada por la rentabilidad. Es decir, la práctica social de los conductores como presentadores de noticias refleja la posición y los intereses del Grupo Empresarial Ángeles (GEA). Por lo que, se pone en duda la independencia de las opiniones de los conductores sobre el tema de *Aprende en Casa*. Práctica que se pone en evidencia hasta tener los resultados de la investigación. Este dilema surge desde Moscovici (1979) al estudiar los diarios católicos. La obediencia se muestra cuando él describe que existe una homogeneidad en el contenido en el que se busca encontrar un denominador común entre los católicos. Con lo que se puede pensar que las autoridades eclesiásticas tienen que aprobar este tipo de contenido. En consecuencia, surge la pregunta: ¿por qué considerar un medio de comunicación unidireccional en el que los sujetos están sometidos a la presión de la autoridad? Una posible respuesta está en marcar la distinción con el conductismo. Jodelet (1986) menciona que la carencia del conductismo se debe a que separan la interacción entre el objeto y el sujeto. En el que se reduce a una división entre estímulo y respuesta. En cambio, el sujeto cognoscente debe ser considerado como activo en donde no existe la división que propone el conductismo. De manera que, los conductores de Imagen TV como sujetos cognoscentes están participando conscientemente en sus comentarios y los cambios de actitud del tema de *Aprende en Casa*. Por ejemplo, Ciro Gomez Leyva está consciente que la actitud favorable cuando la televisora se benefició del convenio: “Incluso en días como hoy, días de fiesta”. Finalmente, aunque se mantenga la duda si la representación social de *Aprende en Casa* es de los conductores o del Grupo Empresarial

Ángeles se difundió una imagen la cuál se puede convertir en parte del conocimiento del público que estuvo expuesto a los noticieros.

Por otra parte, el corpus de estudio está constituido con videos publicados en los canales de YouTube en los que se pudo haber omitido contenido que se transmitió en televisión abierta. Sin embargo, al hacer una selección del contenido de sus noticieros para su publicación en YouTube también puede dar indicios de los mensajes que más les interesaba transmitir. Asimismo, el corpus de estudio muestra semejanzas con las gráficas que proporciona *Google Trends* sobre la frecuencia de búsquedas de *Aprende en Casa* en Youtube (Gráfica 13) y en las noticias (Gráfica 14). Se observa que los meses de abril y agosto el tema de *Aprende en Casa* fue de interés en la búsqueda. Además, en *Aprende en Casa II* se tiene mayor número de búsquedas al compararlo con *Aprende en Casa I*. Por otra parte, estas dos gráficas muestran las búsquedas en general y no específicamente de los noticieros de Imagen TV. Por ejemplo, las búsquedas en YouTube también involucran el contenido educativo que creó la SEP. Los estudiantes pudieron estar motivados por sus profesores para hacer la búsqueda de *Aprende en Casa* con el fin de visualizar el contenido educativo. La pregunta es en este caso: ¿Se hubiera mantenido la cantidad de búsquedas si no hubiera hecho el convenio con las televisoras? Finalmente, aunque estas dos gráficas no se relacionan directamente con los videos publicados de Imagen TV pueden ayudar a contextualizar y validar el corpus de estudio. En específico, se puede interpretar que el mes de abril y agosto se tiene interés sobre el *Aprende en Casa* debido a que es cuando los estudiantes regresan a clases.

Gráfica 13. Tendencia de búsqueda de *Aprende en Casa* en YouTube

Nota: La razón por la que no se considera en las referencias es porque la URL indica un error (429. *That 's an error.*) al ingresar al sitio web. Sin embargo, los datos no cambian. La gráfica se generó de <https://trends.google.es/trends/?geo=MX> con los criterios: *Aprende en Casa*, México, año 2020, YouTube.

Gráfica 14. Tendencia de búsqueda de noticias relacionadas con *Aprende en Casa*

Nota: La gráfica se obtuvo de <https://trends.google.es/trends/?geo=MX> con los criterios para el filtro: *Aprende en Casa*, México, año 2020, Noticias.

Una limitación es el utilizar unidades de contexto para el análisis. Al ser unidades evaluativas otro investigador puede interpretarlas de diferente manera. Esta limitación era inevitable debido: "A medida que aumentaba el tamaño del contexto, disminuye significativamente el

número de evaluaciones neutrales. Evidentemente, el contexto de un símbolo contiene gran cantidad de información evaluativa” (Krippendorff, 1990, p. 85). La razón por la que se optó por las unidades de contexto se debió a que la rigidez de otro tipo de unidad de registro dificulta alcanzar el objetivo de la investigación. Además, las categorías son recientes ya que surgen de una situación causada por la pandemia. Es decir, no existen tantas investigaciones, en este momento, que puedan proporcionar categorías que estén estadísticamente validadas. Como puede ser el caso de las unidades de muestreo. Por otra parte, estudios comparativos con las televisoras concesionadas, que también hicieron el convenio con la Secretaría de Educación Pública, permitiría validar las categorías empleadas. En especial lo relacionado con el sistema de propaganda en *Aprende en Casa II*.

Durante la búsqueda del corpus de estudio se encontraron otros canales de YouTube que pertenecen a Imagen TV y que consideran temas relacionados con educación y la pandemia en el año 2020: Imagen Radio, Imagen Televisión Puebla, Imagen Entretenimiento. Estos canales no se consideraron debido a que no cumplían con el criterio para la construcción de objeto de estudio de una representación social. En especial, con los sujetos que hacen la representación social. Además, de que la cantidad de videos en estos canales es mucho menor que el de los noticieros de Imagen TV.

Se identificaron otros temas de investigación relacionados con educación, el año 2020, la pandemia de COVID-19 y los noticieros de Imagen TV. Por ejemplo, el cierre de escuelas en el nivel superior, el pago de colegiaturas en escuelas privadas, el examen de admisión a la UNAM o las *fake news*. Entre los temas que más se mencionó era sobre desigualdad social de los estudiantes al no contar con una computadora, internet o televisión. Entre los títulos de los videos se encontró:

- ¡Regalan pantalla a niños para que no pierdan el ciclo escolar!
- ¡Tortillería ayuda a niños de bajos recursos en el regreso a clases!
- Joven improvisa escuela bajo un árbol para estudiar con niños sin acceso a internet.
- Jóvenes suben un cerro diariamente para tomar clases virtuales.
- ¡"Laptops con causa" apoya a jóvenes este regreso a clases!
- Hermanos en la CDMX toman clases desde la calle con Internet del C5.
- Donan laptop a hermanitos que toman clases en la calle.
- Niños mazahuas se quedan sin clases en CDMX.
- Niños enfrentan el regreso a clases sin televisión ni internet.
- Jóvenes capitalinos donan laptops para estudiantes necesitados.
- Maestra improvisa escuela y da clases en un parque.
- Maestra en Yucatán convierte mototaxi en escuela móvil para impartir clases.
- "Combiteca" lleva internet a estudiantes de bajos recursos.
- Director de escuela primaria consigue celulares para que alumnos tomen clases.
- La ayuda llegó para Ángel, un niño de 13 años que estudiaba bajo la lluvia.

Noticias se clasificarían en el sistema de difusión debido a que se busca llamar la atención de su público. La relación que tienen estos videos con esta investigación es que se mostraron al mismo tiempo que el tema de *Aprende en Casa* durante el año 2020. Por lo que, indirectamente estuvieron construyendo una actitud desfavorable de *Aprende en Casa*.

Previo a la aplicación de los criterios de exclusión se identificó entre el contenido de la noticias de Imagen TV las *fake news* de la reapertura de las escuelas que se publican en las redes sociales. En los noticieros los conductores de Imagen TV desmintieron estas *fake news* durante el año 2020. Para esto los conductores citaban al titular de la SEP o la Secretaría de Educación Pública, al igual que se encontró en la investigación. Al parecer uno de los temas de mayor interés en su público era el regreso a clases en un sistema presencial. Esto también explica el porqué la insistencia del secretario de la SEP de utilizar el semáforo de riesgo

epidémico de color verde. Debido a que, era el modo en que el secretario de la SEP enfrentaba la información imprecisa de las *fake news*.

Las *fake news* también fueron de atención para la Organización de las Naciones Unidas (ONU) durante la pandemia: “El aumento de circulación de ‘fake news’ ha aumentado también la estigmatización de la enfermedad, y multiplicado los obstáculos para las personas que necesitan buscar tratamiento, advirtió hoy el director general de la Organización Mundial de la Salud” (ONU-México, 2020). También se menciona que la ONU hizo colaboraciones con: “medios de comunicación alrededor del mundo y con empresas tecnológicas como Facebook, Google, TikTok, Twitter, y WhatsApp, entre otros” (ONU-México, 2020). La función de Google como buscador es la de guardián al no mostrar entre sus resultados de búsqueda el contenido que promueva la desinformación. YouTube al pertenecer a Google participó en quitar las noticias falsas de su plataforma. Por lo que, en los filtros para erradicar las *fake news* los videos de Imagen TV no tuvieron problemas para mostrarse al considerarse como un contenido que no fomenta la desinformación. Esto permite que los videos que publica Imagen TV no sean eliminados, puedan ser tendencia, que aparezcan en los resultados de la búsqueda o se muestran en la columna de videos recomendados.

Finalmente, en los comentarios de los conductores no se observa claramente como iba ser el trabajo escolar. Por ejemplo, la interacción entre el contenido de televisión, los docentes, los alumnos y los padres de familia. Esto se puede deber, en parte, a que el titular de la SEP no hacía énfasis en este aspecto. Lo que repetía Esteban Moctezuma, desde *Aprende en Casa I*, es que no se iba regresar a clases de manera presencial hasta que cambiará el color del semáforo epidemiológico. Al parecer el plan, en el año 2020, era solo seguir con la estructura del libro de texto gratuito. Desde el comienzo de la pandemia el ex secretario de la SEP fue

muy claro en eso. Él mencionó que el libro de texto gratuito iba a ser el eje del aprendizaje debido a que todos los estudiantes del país lo poseían (Moctezuma, 2020d). De la misma manera, indicó que el libro de texto gratuito se iba vincular con los diferentes medios de comunicación. Como es el caso de la Televisión (Moctezuma, 2020c). Esto tiene lógica al empezar la pandemia en México ya que se tenía la incertidumbre del regreso a clases de manera presencial. Para qué hacer tantos cambios en el trabajo escolar y una inversión económica si posiblemente la duración del confinamiento iba a ser corta.

Conclusiones

En el año 2020 la representación social de *Aprende en Casa* estaba en un estado naciente. Surgió de la oposición entre proximidad social y distancia social. Debido a que COVID-19 es una enfermedad infecciosa que afecta al ser humano y puede ocasionar un síndrome agudo respiratorio severo (Cortés & Dyer, 2021). La novedad en *Aprende en Casa* no era la educación a través de la televisión o la computadora debido a que estos medios se utilizaban para la educación antes de la pandemia. Como es el caso de la telesecundaria. Lo insólito en *Aprende en Casa* era el cambio de hábitos debido a la alta restricción de las actividades escolares con proximidad social. De ahí que, la construcción del objeto de representación estaba en comparación con el sistema educativo presencial. Como mencionó el conductor de Pisa y Corre: “no es lo mismo que estar con el maestro ahí, preguntar, abrazar, tocar”. En otras palabras, se estaba haciendo un marco de pensamiento en el público de Imagen TV con el sistema educativo dominante preexistente a la pandemia.

La construcción de la representación social en los conductores de Imagen TV se debe a su práctica como intermediarios entre los intereses de la televisora y su público. Por lo que los beneficios económicos ponen los límites en la construcción *Aprende en Casa*. En *Aprende en Casa I* la intención de los conductores era el de mantener el interés de su público. Y los gastos de transmisión dependían de la publicidad. En cambio, en *Aprende en Casa II* la relación con el público se modifica debido a que se vuelve autoritaria. La rentabilidad de la televisora en *Aprende en Casa II* estaba en transmitir contenido educativo en el canal 3.2 que es propiedad de Grupo Empresarial Ángeles. Por lo que el objetivo de los conductores de Imagen TV no era primordialmente agradar a su público como en *Aprende en Casa I*. El propósito de comentar de *Aprende en Casa II* era que percibieran favorablemente que la televisora concesionada participará para transmitir el contenido de la SEP.

En el sistema de comunicación de difusión de *Aprende en Casa I* y *Aprende en Casa III* el contenido consistía en dar información de la Secretaría de Educación Pública (SEP) o el titular de la SEP. Además de entrevistas a diferentes personajes. Como puede ser el caso de especialistas de educación. Por otra parte, si Imagen TV no hubiera hecho el convenio con el Gobierno de México posiblemente sería el sistema de comunicación dominante durante el año 2020.

Desde el momento en el que se inició con el sistema de propaganda para *Aprende en Casa II* surgieron palabras que facilitaban la inserción de una impronta en su público para reforzar un sentimiento favorable: *acuerdo histórico, tarifa social, democratizar la educación, récord de audiencia y televisión como aliada*. Sin embargo, las palabras *acuerdo histórico* y *tarifa social* las repiten del presidente de México. Las palabras *récord de audiencia y la televisión como aliada* son palabras que corresponden a los conductores y se utilizaron alrededor del primer día de clases.

Una de las características del sistema de propaganda es indicar comportamientos explícitos. En especial, cuando la pandemia cambió los hábitos de los actores de la educación. La única conducta socialmente aceptada y mencionada por los conductores es sobre la participación de los padres de familia en la educación de sus hijos. Debido a que, los conductores describen que los padres de familia tomaron el lugar de los profesores. Sin embargo, esto no lo mencionan sistemáticamente. Lo que refieren los conductores como línea directiva son dos días específicos. El primero, es el día en que se presenta la propuesta para *Aprende en Casa II* en la conferencia de prensa del presidente de México. El segundo, es el primer día de clases de *Aprende en Casa II*. Este último es el que tiene mayor frecuencia de aparición.

Comparando las dos versiones de *Aprende en Casa* la actitud es cambiante. En *Aprende en Casa I* la única actitud que se encuentra en los comentarios de los conductores es desfavorable. Lo cual se modifica sistemáticamente en *Aprende en Casa II* a favorable. Sin embargo, se tiene comentarios desfavorables en *Aprende en Casa II* días después de que se anunció el convenio en la conferencia de prensa del presidente de México. Los cambios de opinión sobre un tema es una de las características del sistema de difusión debido a la variedad de intereses. Por lo que, es muy probable que la televisora fue quien impulsó este sistema de comunicación y no la Secretaría de Educación Pública (SEP). *Aprende en Casa* se vio beneficiado, por un tiempo, con la percepción favorable en la propaganda porque se entrelazan los intereses de Imagen TV y su cliente que es la SEP. Como se puede observar en el comentario del conductor de Pisa y Corre: “Y pues nosotros aquí en Imagen Televisión, como decía el licenciado Olegario Vázquez Aldir, nos vamos a unir por supuesto en este esfuerzo de adaptarnos a los tiempos y de salir adelante”. En *Aprende en Casa III* no se tiene una actitud y la aparición de menciones en los noticieros es mínima por lo que se vuelve casi irrelevante. Finalmente, los cambios de actitud en los conductores en *Aprende en Casa* dificultan la organización de la representación social y por lo tanto una construcción sólida.

Una de las formas en que organizan la información en los noticieros de Imagen TV en el año 2020 es a través de sus fuentes de información. En el que destaca el titular de la Secretaría de Educación Pública. Esta es la fuente de información que se mantiene constante en las tres versiones de *Aprende en Casa*. Por otra parte, en *Aprende en Casa II* surgieron dos fuentes de información que se relacionan con el día que se presentó el plan para el regreso a clases y asistieron a la conferencia de prensa: el presidente de México y el Presidente ejecutivo de Grupo Empresarial Ángeles. Personajes que muy probablemente si no fuera por el convenio

no hubieran sido considerados como fuentes de información o tendrían un bajo nivel de repetición.

Finalmente, el semáforo epidemiológico de color verde es relevante para la construcción de la imagen de *Aprende en Casa* debido a que se mantiene constante en los comentarios de los conductores en todo el año 2020. Las razones por las que tiene tanta frecuencia de aparición son dos. La primera razón, es porque citan constantemente al titular de la Secretaría de Educación Pública. El motivo por el que el titular de la SEP mencionara al semáforo epidemiológico de color verde es porque le ayudaba para argumentar hasta que momento se iba a regresar a clases de manera presencial y con esto minimizar la argumentación. La segunda razón, es porque durante la propaganda de *Aprende en Casa II* los conductores lo usan como apología por utilizar las televisoras concesionadas. La imagen que se estaba construyendo los conductores de Imagen TV al asociar el semáforo epidemiológico de color verde era un futuro incierto en el que se mantenía la esperanza de un regreso a un sistema presencial. Por lo que, *Aprende en Casa* estaba justificado con los colores restantes del semáforo de riesgo epidemiológico. Indirectamente el semáforo epidemiológico como argumento es una forma de infundir el miedo al contagio. En definitiva, el semáforo de riesgo epidémico ayudó a crear una organización coherente de *Aprende en Casa* asociada al peligro de los actores de la educación y la restricción de actividades educativas.

Referencias

- Amador Bautista, R. (2020). Aprende en casa con #SanaDistancia en tiempos de #COVID-19. En *Educación y pandemia. Una visión académica* (pp. 138–144). IISUE, UNAM.
https://www.iisue.unam.mx/investigacion/textos/educacion_pandemia.pdf
- Andrade del Cid, P., & Flores González, R. (2021). La representación social de la COVID-19 en la prensa de Veracruz, México. En *Comunicación y salud en la era posdigital*. Ria Editorial.
<https://adobeindd.com/view/publications/9e101f84-deb5-40a8-82fd-e87fa5998e0d/1/publication-web-resources/pdf/TOMO4.pdf>
- Andrés Manuel López Obrador. (2020, agosto 3). *Con clases a distancia inicia el 24 de agosto ciclo escolar 2020-2021. Conferencia presidente AMLO* [vídeo]. Youtube.
<https://youtu.be/31VgrthB-oM>
- Bernays, E. (2008). *Propaganda*. Editorial Melusina.
- Cabrero Iriberry, I., Islas Dossetti, J. M., Miranda López, F., Rivera Navarro, H. O., & Vázquez Viquez, Ma. E. (2020). *Experiencias de las comunidades educativas durante la contingencia sanitaria por covid-19. Educación básica*. Comisión Nacional para la Mejora Continua de la Educación.
<https://www.mejoredu.gob.mx/publicaciones/informe-de-resultados/experiencias-de-las-comunidades-educativas-durante-la-contingencia-sanitaria-por-covid-19-eb>
- CEPAL-UNESCO. (2020). La educación en tiempos de la pandemia de COVID-19. Naciones Unidas. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/45904>
- Cortés Alcalá, R., & Dyer Leal, D. D. (2021). *Lineamiento para la metodología de cálculo del semáforo de riesgo epidémico COVID-19. Versión 6.2*. Secretaría de Salud.
https://coronavirus.gob.mx/wp-content/uploads/2021/08/2021.8.18-Metodo_semaforo_COVID.pdf
- Cuevas, Y. (2016). Recomendaciones para el estudio de representaciones sociales en investigación educativa. *Cultura y Representaciones Sociales. CRIM*.
<http://www.culturayrs.unam.mx/index.php/CRS/article/view/333>
- de Montmollin, G. (1985). El cambio de actitud. En S. Moscovici, *Psicología social I. Influencia y cambio de actitudes, individuos y grupos* (pp. 117–173). Paidós Ibérica.

- del Olmo, A. (2021). *El que no arriesga, no gana; Imagen Televisión, 5 años contando historias*. Excélsior.
<https://www.excelsior.com.mx/funcion/el-que-no-arriesga-no-gana-imagen-televisio-n-5-anos-contando-historias/1477524>
- Dobkin, B. A., & Pace, R. C. (2007). *Comunicación en un mundo cambiante*. McGraw-Hill.
- Gallardo Gutiérrez, A. L. (2020). Saberes docentes ante la pandemia. Tensiones y alternativas. *Perfiles Educativos. IISUE*, 32–38.
- Grawitz, M. (1975). Los métodos y técnicas de estudio de documentos. En *Métodos y técnicas de las ciencias sociales. Tomo II*. Editorial Hispano Europea.
- Grupo Empresarial Ángeles. (2014). *Sectores de Negocio*. GEA.
<https://www.grupoempresarialangeles.com/>
- Gutiérrez Serrano, N. G. (2020). Aprende en casa: Propuesta para la educación básica en México en tiempos de COVID-19. *Notas de coyuntura del CRIM*.
<https://ru.crim.unam.mx/handle/123456789/69>
- Gutiérrez-Vidrio, S. (2019). Reflexiones metodológicas en torno al estudio de las Representaciones Sociales. Su relevancia para la investigación educativa. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 105–123.
- Herzlich, C. (1975). La representación social. En *Introducción a la psicología social*. Editorial Planeta.
- Imagen Digital. (2020). *Imagen Televisión. Conductores*. Nuestros Conductores.
<https://www.imagentv.com/nuestros-conductores>
- Imagen Digital. (2021). *Imagen Televisión. Noticieros*. Noticias.
<https://www.imagentv.com/noticias>
- Instituto Federal de Telecomunicaciones. (2016). *Resolución mediante la cual el pleno del instituto federal de telecomunicaciones atendiendo a lo que establece el artículo 27 de los lineamientos generales para el acceso a la multiprogramación*.
<http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliga/pift171116663canexo.pdf>
- Jodelet, D. (1986). La representación social: Fenómenos, concepto y teoría. En S. Moscovici, *Psicología social II. Pensamiento y vida social: Psicología social y problemas sociales* (pp. 469–494). Paidós Ibérica.

- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido: Teoría y práctica*. Paidós.
- Mejía, Rodríguez-Alarcon, Garay-Rios, Enriquez-Anco, Moreno, Huaytán-Rojas, Huancahuari-Ñañacc, Julca-Gonzales, H. Alvarez, Choque-Vargas, & H. Curioso. (2020). Percepción de miedo o exageración que transmiten los medios de comunicación en la población peruana durante la pandemia de la COVID-19. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas*.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03002020000200001
- Moctezuma Barragán [@emoctezumab]. (2020a, marzo 17). *Aislamiento preventivo de 24 marzo al 17 abril para docentes y personal administrativo de las escuelas, salvo tareas esenciales como pago de nómina* [Tweet].
<https://twitter.com/emoctezumab/status/1239946555320340480>
- Moctezuma Barragán [@emoctezumab]. (2020b, marzo 30). *Gracias a 25 televisoras de @laREDMX se retransmiten en el país los contenidos de #AprendeEnCasa para: #EducaciónInicial #Preescolar #Primaria #Secundaria #Bachillerato* [Tweet].
<https://twitter.com/emoctezumab/status/1244706925721370625>
- Moctezuma Barragán [@emoctezumab]. (2020c, abril 14). *Hoy fue un día de importantes actividades nacionales e internacionales en nuestro sector educativo. Comparto con ustedes un poco de las actividades que tuvimos* [Tweet].
<https://twitter.com/emoctezumab/status/1250235083073740800>
- Moctezuma Barragán [@emoctezumab]. (2020d, abril 23). *El eje central de #AprendeEnCasa son los #LibrosdeTextoGratuitos. 10 de cada 10 estudiantes los tienen a la mano, los tenemos en la página <https://conaliteg.sep.gob.mx> y pueden llamarnos a #Educatel 5536017599 y 8002886688* [Tweet].
<https://twitter.com/emoctezumab/status/1253371627078909952>
- Moctezuma Barragán [@emoctezumab]. (2020e, mayo 13). *Comparto con ustedes 3 puntos importantes sobre el #cicloescolar 2019-2020. 1. La autoridad sanitaria había dado como referencia el 1 de junio. No vamos a regresar a clases si no es seguro para niñas, niños y la comunidad escolar. Solo abriremos con semáforo verde* [Tweet]. <https://twitter.com/emoctezumab/status/1260589212375621637>
- Moctezuma Barragán [@emoctezumab]. (2020f, junio 15). *La educación en #México ha dado un paso sólido para emparejar el piso en acceso y uso de herramientas digitales de miles de estudiantes y maestros al lograr que @googlemexico otorgue*

gratuitamente cuentas y capacitación en G Suite y Classroom para no interrumpir el aprendizaje [Tweet].

<https://twitter.com/emoctezumab/status/1272583535476371456>

Moctezuma Barragán [@emoctezumab]. (2020g, agosto 3). *¡Regresamos a clases a distancia el 24 de agosto! Será el inicio formal del #cicloescolar 2020-21. Esta tarde a las 17:00 hrs. Daremos todos los detalles en #ConferenciasEducación a través de @CanalOnceTV y @canalcatorcemx [Tweet].*

<https://twitter.com/emoctezumab/status/1290293514647924737>

Moctezuma Barragán [@emoctezumab]. (2020h, diciembre 8). *Estoy leyendo con atención sus comentarios y quiero precisar el tema de #RegresoAClasesSeguro. Les comparto también el boletín de prensa: <http://bit.ly/39QuXCo> [Tweet].*

<https://twitter.com/emoctezumab/status/1336484999676170242>

Moctezuma Barragán [@emoctezumab]. (2020i, diciembre 8). *#RegresoAClasesSeguro. A partir de enero, podrán regresar a actividades presenciales en las escuelas de manera voluntaria, las entidades federativas con semáforos amarillo y verde [Tweet].*

<https://twitter.com/emoctezumab/status/1336442782941057026>

Moctezuma Barragán [@emoctezumab]. (2021, enero 19). *La #EducaciónMixta para el #RegresoAClases y los nuevos contenidos de #LibrosDeTexto Gratuitos, son algunos de los temas que analizamos con la Mtra. @delfinagomez en nuestra transición ordenada de la @SEP_mx [Tweet].*

<https://twitter.com/emoctezumab/status/1351606569956474885>

Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Huemul.

Moscovici, S. (1986). De la ciencia al sentido común. En S. Moscovici, *Psicología social II. Pensamiento y vida social: Psicología social y problemas sociales* (pp. 680–709). Paidós Ibérica.

ONU-México. (2020). *La desinformación pone en riesgo la salud y aumenta la estigmatización, advierte la OMS*. Información oficial de las Naciones Unidas.

<https://coronavirus.onu.org.mx/la-desinformacion-pone-en-riesgo-la-salud-y-aumenta-la-estigmatizacion-advierete-la-oms>

Orozco Fuentes, B. (2020). Interrogar el sentido del conocimiento escolar ante la pandemia. *Perfiles Educativos. IISUE*, 63–71.

- Páez, D., & Pérez, J. A. (2020). Representaciones sociales del COVID-19. *International Journal of Social Psychology*, 600–610.
- Plá, S. (2020). Apología por la escuela. *Perfiles Educativos. IISUE*, 5–13.
- PNUD. (2020). *Desafíos de desarrollo ante la COVID-19 en México. Panorama Socioeconómico*. Oficina del PNUD en México.
https://www.latinamerica.undp.org/content/rblac/es/home/library/crisis_prevention_and_recovery/desafios-de-desarrollo-ante-la-covid-19-en-mexico--panorama-soci.html
- Rivoir, Morales & Garibaldi, (2021). *Políticas digitales educativas en América Latina frente a la pandemia de COVID-19*. UNESCO
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000378636>
- Rouquette, M.-L. (1986). La comunicación de masas. En S. Moscovici, *Psicología social II. Pensamiento y vida social: Psicología social y problemas sociales* (pp. 627–647). Paidós Ibérica.
- Secretaría de Educación Pública (SEP). (2020a, marzo 20). *Boletín No. 75 Transmitirán sistemas públicos de comunicación contenidos educativos durante el receso escolar preventivo por COVID-19*. [Blog].
<https://www.gob.mx/sep/es/articulos/boletin-no-75-transmitiran-sistemas-publicos-d-e-comunicacion-contenidos-educativos-durante-el-receso-escolar-preventivo-por-covid-19?idiom=es>
- Secretaría de Educación Pública (SEP). (2020b, agosto 3). *Boletín No. 205 Iniciará el Ciclo Escolar 2020-21 con el modelo de aprendizaje a distancia Aprende en Casa II: Esteban Moctezuma*. [Blog].
<https://www.gob.mx/sep/es/articulos/boletin-no-205-iniciara-el-ciclo-escolar-2020-21-con-el-modelo-de-aprendizaje-a-distancia-aprende-en-casa-ii-esteban-moctezuma?idiom=es>
- Secretaría de Salud. (2020, agosto 5). *Conferencia 5 de agosto*. Todo sobre el COVID-19. <https://coronavirus.gob.mx/2020/08/14/conferencia-14-de-agosto/>
- Vera, H. (2021, enero 16). Delfina Gómez y los costos de la pandemia. *El Universal*.
<https://www.iisue.unam.mx/medios/el-universal-confabulario-hector-vera-martinez-970.pdf>

Apéndice

Corpus de estudio

Krippendorff (1990) menciona que “la necesidad de registrar los datos en un medio duradero se desprende del requisito de la reproducibilidad” (p.77). Para facilitar esta tarea se agrega el corpus de estudio con la información que proporciona la plataforma de YouTube: URL, título del vídeo, fecha de publicación y descripción.

Título: SEP reiniciará las clases de primaria y secundaria | Noticias con Ciro Gómez Leyva

URL: <https://youtu.be/wfuYL4UeaEk>

Fecha: 20/04/2020

Descripción: La Secretaría de Educación Pública #SEP reiniciará las clases de primaria y secundaria, a través de la televisión.

Título: ¿Qué tanto aprenden los niños desde casa? | De Pisa y Corre

URL: <https://youtu.be/jhDSjogI-Fk>

Fecha: 11/05/2020

Descripción: ¿Se están obteniendo los resultados esperados con la educación a distancia durante la contingencia?

Título: Esteban Moctezuma destaca esfuerzos por la educación a distancia | Noticias con Francisco Zea

URL: https://youtu.be/eDC_2D5wRCw

Fecha: 18/05/2020

Descripción: Esteban Moctezuma aseguró que el programa "Aprende en casa" fue planteado desde los libros de texto gratuito, además destacó los esfuerzos para avanzar hacia la equidad con la vanguardia de la #educación a distancia.

Título: SEP asegura que aprendizaje no se ha detenido en la pandemia | Noticias con Francisco Zea

URL: <https://youtu.be/7KPxknkrcQc>

Fecha: 25/05/2020

Descripción: El secretario de Educación Pública, Esteban Moctezuma, aseguró que el proceso de aprendizaje en el país durante la #cuarentena no se ha detenido.

Título: SEP presentará propuesta para regreso a clases la próxima semana | Noticias con Yuriria Sierra

URL: <https://youtu.be/Bxq-bZeCZOI>

Fecha: 29/07/2020

Descripción: ¡Atención! El próximo lunes la #SEP presentará una propuesta para el regreso a clases, informó López Obrador. Mientras tanto, este viernes se publicarán los resultados de la asignación de escuelas para los niños que pasan a Secundaria.

Título: SEP pospone inscripciones para el ciclo escolar | Noticias con Yuriria Sierra

URL: <https://youtu.be/U4kfeJK4y04>

Fecha: 30/07/2020

Descripción: ¡Atención, papás! La #SEP pospuso las inscripciones para el ciclo escolar 2020-2021 por la crisis sanitaria. #SéFuerteMéxico

Título: SEP dará a conocer asignación de escuelas nivel Secundaria en la CDMX | Noticias con Francisco Zea

URL: https://youtu.be/jaa_IVFe_oU

Fecha: 30/07/2020

Descripción: ¡Atención, papás! La #SEP dará a conocer este viernes los resultados de asignación de escuelas nivel Secundaria en la #CDMX

Título: Plan de regreso a clases se presentará el próximo lunes | Noticias con Francisco Zea

URL: <https://youtu.be/8vG2Ep99cgs>

Fecha: 31/07/2020

Descripción: ¿Cuándo y cómo será el regreso a clases? La #SEP lo informará en la conferencia matutina del próximo lunes 3 de agosto.

Título: Nuevos tiempos en la educación en México | De Pisa y Corre

URL: <https://youtu.be/q8z9nJThAg>

Fecha: 3/08/2020

Descripción: Los estudiantes se enfrentarán a una nueva forma de educación a través de la televisión y gracias a la nueva normalidad por el #COVID19.

Título: Lo que debes saber sobre las clases por televisión | Noticias con Ciro Gómez Leyva

URL: <https://youtu.be/1rLn98fNoTw>

Fecha: 3/08/2020

Descripción: Imagen Televisión, a través del canal 3.2, transmitirá clases a distancia a partir del 24 de agosto, con el próximo ciclo escolar.

Título: Regreso a clases en México con apoyo de televisoras | De Pisa y Corre

URL: <https://youtu.be/obp3VqfZnoM>

Fecha: 3/08/2020

Descripción: El ciclo escolar 2020-2021 iniciará a distancia con apoyo de las televisoras mexicanas. Esto es lo que dijo el director ejecutivo de Grupo Empresarial Ángeles, Olegario Vázquez Aldir, sobre el compromiso de #ImagenTelevisión con la educación mexicana.

Título: Las ventajas de transmitir clases por televisión | Noticias con Ciro Gómez Leyva

URL: <https://youtu.be/KQwDcpcUFfM>

Fecha: 3/08/2020

Descripción: Ciro Gómez Leyva habló sobre las ventajas de transmitir por 24 horas las clases por televisión.

Título: ¿Cómo y cuándo dará inicio el ciclo escolar 2020-2021? | Noticias con Yuriria Sierra

URL: <https://youtu.be/ztvXEDAwNZE>

Fecha: 3/08/2020

Descripción: ¡Atención, papás! La #SEP informó que el ciclo escolar 2020-2021 dará inicio el 24 de agosto a la distancia, las clases presenciales serán posibles cuando el semáforo epidemiológico se encuentre en color verde.

Título: Este lunes se darán a conocer los detalles del regreso a clases | Noticias con Francisco Zea

URL: <https://youtu.be/COWE-Gxuplw>

Fecha: 3/08/2020

Descripción: ¡Atención! Este lunes en la conferencia mañanera se dará a conocer con detalle el plan de regreso a clases para el ciclo escolar 2020-2021.

Título: Educación a distancia en México por pandemia/ El Opinador

URL: <https://youtu.be/rNjFo5R3zws>

Fecha: 4/08/2020

Descripción: Al no haber condiciones seguras para un regreso presencial a las aulas en el nivel básico, el ciclo escolar 2020-2021 iniciará el próximo 24 de agosto de este año a distancia y con la ayuda de las cuatro más importantes televisoras del país. 04 agosto de 2020

Título: Clases por TV, ¿cómo serán? | De Pisa y Corre

URL: <https://youtu.be/w7vbnhoU8kk>

Fecha: 4/08/2020

Descripción: A través de un acuerdo con las televisoras, podrá iniciar el ciclo escolar 2020-2021 en México ante la pandemia. #ImagenTelevisión lo hará desde el canal 3.2.

Título: Esteban Moctezuma habla del regreso a clases con ayuda de televisoras | Noticias con Francisco Zea

URL: <https://youtu.be/U-xOciQVG0U>

Fecha: 4/08/2020

Descripción: Ante el regreso a clases a distancia el próximo 24 de agosto, ¿cómo se realizarán las inscripciones?, ¿cómo se repartirán los libros de texto gratuito? El secretario de Educación Pública, #EstebanMoctezuma, habla al respecto.

Título: La SEP establece acuerdo con televisoras para el regreso a clases | Noticias con Francisco Zea

URL: https://youtu.be/yeYLS2s_OGk

Fecha: 4/08/2020

Descripción: La #SEP estableció un convenio con las cuatro televisoras más importante del país para volver a clases a distancia. Será el próximo 24 de agosto cuando inicie el ciclo escolar 2020-2021.

Título: Televisoras suman esfuerzos para el regreso a clases | Noticias con Francisco Zea

URL: https://youtu.be/Z_TJ-qzX3D0

Fecha: 4/08/2020

Descripción: #GrupoImagen, #Televisa, #TVAzteca y Grupo Multimedios se dijeron dispuesto a trabajar en conjunto con el gobierno para llevar la educación a los hogares mexicanos.

Título: Ventajas y desventajas de tomar clases por televisión | Noticias con Francisco Zea

URL: <https://youtu.be/sPPeT7d5ss4>

Fecha: 5/08/2020

Descripción: Ante el próximo regreso a clases a distancia, ¿cuáles serán las ventajas y desventajas de aprender a través de la #televisión?

Título: ¿Cómo ha contribuido la televisión mexicana a la educación? | Noticias con Francisco Zea

URL: https://youtu.be/9dB_lxTbgXk

Fecha: 5/08/2020

Descripción: Si bien, la #televisión no ha perseguido un fin educativo, a lo largo de su historia ha hecho esfuerzos importantes en pro del aprendizaje. Aquí algunas de sus contribuciones:

Título: ¡Así quedó el calendario escolar 2020-2021! | Noticias con Yuriria Sierra

URL: <https://youtu.be/4TkTH9i9t2k>

Fecha: 6/08/2020

Descripción: ¡Atención, papás! La #SEP presentó el calendario escolar 2020-2021, iniciará el 24 de agosto y tendrá 190 días de clases.

Título: Evaluación educativa será cada 3 meses, anuncia la SEP | Noticias con Francisco Zea

URL: <https://youtu.be/Q4jJRAsh50>

Fecha: 7/08/2020

Descripción: #EstebanMoctezuma, titular de la #SEP, anunció que pese a que las clases se llevarán a distancia, la evaluación educativa se mantendrá cada tres meses como se hace de manera regular.

Título: SEP prevé 10% de deserción escolar en estudios de nivel básico | Noticias con Francisco Zea

URL: https://youtu.be/Up_Dd00Hkoc

Fecha: 10/08/2020

Descripción: La #SEP estima deserción escolar de 10% en educación básica a causa de la #pandemia

Título: SEP anuncia horarios y canales para el regreso a clases | Noticias con Francisco Zea

URL: <https://youtu.be/2Swj8mJgnPg>

Fecha: 17/08/2020

Descripción: El secretario de Educación Pública, #EstebanMoctezuma, dio a conocer este domingo los horarios y canales de televisión en los que será transmitida la programación de "Aprende en casa II".

Título: SEP da a conocer horarios y canales para regreso a clases | Noticias con Yuriria Sierra

URL: <https://youtu.be/17HswHmlMxE>

Fecha: 17/08/2020

Descripción: ¡Papás, tomen nota! La #SEP dio a conocer los horarios y canales para el regreso a clases el próximo 24 de agosto.

Título: SEP reconoce posible rezago educativo al regresar a clases | Noticias con Francisco Zea

URL: <https://youtu.be/OY69KPmYkCY>

Fecha: 19/08/2020

Descripción: El secretario de Educación Pública, #EstebanMoctezuma, reconoció que al regresar a clases presenciales habrá un rezago de aprendizaje en los alumnos.

Título: Teléfonos de ayuda para clases por TV en México | Noticias con Ciro Gómez Leyva

URL: https://youtu.be/IhTU5_dqyps

Fecha: 21/08/2020

Descripción: Estos son los teléfonos de ayuda para clases por TV en México del programa Aprende en Casa, según lo informó el titular de la Secretaría de Educación Pública, Esteban Moctezuma.

Título: Regreso a clases: Horarios y canales del programa "Aprende en casa II" | Noticias con Francisco Zea

URL: https://youtu.be/JUHV2r_be7Q

Fecha: 24/08/2020

Descripción: Este lunes, 30 millones de estudiantes inician el ciclo escolar 2020-2021. Conoce los horarios y canales del programa #AprendeEnCasaII

Título: Regreso a Clases. Imagen TV se une al Aprende en Casa II | Noticias con Ciro Gómez Leyva

URL: <https://youtu.be/DpH6LHcE4Oo>

Fecha: 24/08/2020

Descripción: Imagen TV se unió al Regreso a Clases. El titular de la SEP, Esteban Moctezuma, informó que en total regresaron 30 millones de alumnos de todos los niveles, a través del programa Aprende en Casa II.

Título: Comunidades enfrentan el regreso a clases sin televisión e internet | Noticias con Yuriria Sierra

URL: https://youtu.be/R_1Skhu_OG0

Fecha: 24/08/2020

Descripción: ¡Ni computadora, ni televisión! En #Oaxaca, algunos estudiantes enfrentaron el #RegresoAClases a distancia y sin herramientas para iniciar el ciclo escolar.

Título: Alumnos y padres de familia ante clases virtuales en México | De Pisa y Corre

URL: https://youtu.be/I0leV_egUGc

Fecha: 24/08/2020

Descripción: Ante el regreso a clases virtual, ¿a qué retos se enfrentan los alumnos y padres de familia?

Título: Encabezados: "Aprendizaje se puede lograr a distancia" | De Pisa y Corre

URL: <https://youtu.be/kljGxpwmxfM>

Fecha: 24/08/2020

Descripción: "Aprendizaje se puede lograr a distancia". Arranca ciclo escolar virtual... Estas son las primeras planas del día en periódicos nacionales e internacionales.

Título: Con honores a la bandera, así inició el ciclo escolar 2020-2021 | Noticias con Yuriria Sierra

URL: <https://youtu.be/UPgzCozDvrA>

Fecha: 24/08/2020

Descripción: ¡Regreso a clases histórico! Por primera vez estudiantes mexicanos iniciaron un ciclo escolar a distancia. La plataforma #Zoom cayó por más de cuatro horas.

Título: SEP da por iniciado el ciclo escolar 2020-2021 a distancia | Noticias con Francisco Zea

URL: https://youtu.be/Zqi_bG01Mzs

Fecha: 24/08/2020

Descripción: En la conferencia mañanera de este lunes, se dio por iniciado el ciclo escolar 2020-2021. El secretario de Educación Pública, #EstebanMoctezuma, destacó que en México se optó por cuidar la salud de los estudiantes.

Título: ¿Cómo se enseña ahora en México? | De Pisa y Corre

URL: <https://youtu.be/mzcvvD0zYMK>

Fecha: 24/08/2020

Descripción: ¿Se puede enseñar a los niños con videoescándalos? ¿Qué nos deja la corrupción?

Título: ¿Cómo fue el primer día de clases por televisión? | De Pisa y Corre

URL: <https://youtu.be/yE2f1G8n4eU>

Fecha: 25/08/2020

Descripción: ¿Le pusieron la clase de secundaria a su hijo de primaria? ¿Qué tal arrancó el regreso a clases?

Título: ¿Cómo vivieron papás y alumnos el regreso a clases en tiempos de pandemia? | Noticias con Paco Zea

URL: <https://youtu.be/jfKV9dO9jGU>

Fecha: 25/08/2020

Descripción: ¡La realidad nos alcanzó! En estos tiempos de #pandemia las pantallas se convirtieron en las grandes aliadas de la estrategia educativa. ¿Cómo enfrentaron este cambio papás y alumnos?

Título: ¿Cómo pueden ayudar los papás al regreso a clases a distancia? | Noticias con Francisco Zea

URL: https://youtu.be/-5l3Q_ZtAFY

Fecha: 25/08/2020

Descripción: #México le apostó a la #educación en una nueva modalidad a distancia, un reto para alumnos y maestros pero, ¿qué pasa con los papás? ¿Cómo pueden contribuir para este desafío y trabajo en equipo?

Título: Testimonios del regreso a clases virtuales en México | De Pisa y Corre

URL: <https://youtu.be/WqFfT7WX6SM>

Fecha: 26/08/2020

Descripción: ¿Qué piensan los niños y padres de familia sobre el regreso a clases por televisión?

Título: Realidades de las clases virtuales en México | De Pisa y Corre

URL: https://youtu.be/cTCn_6Hnf5Y

Fecha: 28/08/2020

Descripción: ¿Cómo son las clases privadas y públicas de los niños mexicanos en este ciclo escolar? Esta es la experiencia de Andrea y Diego.

Título: Estudian con "Aprende en casa" 9 de cada 10 alumnos: SEP | Noticias con Yuriria Sierra

URL: <https://youtu.be/juYCEL5ymyY>

Fecha: 7/09/2020

Descripción: 9 de cada 10 estudiantes del país toman clases a través del programa #AprendeEnCasaII, afirma el secretario de Educación, Esteban Moctezuma.

Título: Clases virtuales se mantendrán en 2021: SEP | Noticias con Yuriria Sierra

URL: https://youtu.be/P2fN8tu_2So

Fecha: 4/12/2020

Descripción: Las clases virtuales en el país se mantendrán hasta 2021, Esteban Moctezuma anunció que la #SEP ya prepara "Aprende en Casa III".

Título: SEP presenta programa "Aprende en Casa III" | Noticias con Yuriria Sierra

URL: https://youtu.be/aBi_C_5fcZO

Fecha: 8/12/2020

Descripción: Hugo López-Gatell asegura que no es indispensable tener una vacuna contra #COVID19 para regresar a clases. Hoy la #SEP presentó el programa "Aprende en Casa III" que arrancará en enero del próximo año.
