

Representaciones mediáticas socioambientales en torno al proyecto de megapuerto en Bahía Colonet

Claudia Cecilia González Olimón
Pronatura Noroeste, A.C.

Óscar Alberto Pombo López
El Colegio de la Frontera Norte

Hugo Méndez Fierros, Martha Ileana Espejel Carbajal
y Juana Claudia Leyva Aguilera
Universidad Autónoma de Baja California

Resumen. En este artículo se identifica la valoración que se ha creado en torno a los factores antrópicos, bióticos y abióticos del proyecto de Bahía Colonet. El trabajo se hizo con base en el análisis de 409 artículos online de periódicos de la región México-Estados Unidos. Se eligió el marco epistemológico interpretativo y se emplearon métodos cuali y cuantitativos. Se concluyó que el proyecto no es sustentable porque es imperiosamente antropogénico, centrado en valores que reducen el entorno natural a un simple recurso para acumular riqueza.

Palabras clave: 1. Colonet, 2. medios de comunicación, 3. valoración del paisaje, 4. análisis del contenido, 5. análisis del discurso.

Abstract. This article identifies the value that have been created surrounding the antropic, biotic and abiotic factors of the megaport project in Colonet Bay. The work was based on the analysis of 409 news articles from five northwest Mexico-USA border region online newspapers. The interpretative epistemologic frame was chosen, and the quantity and quality methods were used to conclude the project at Colonet Bay is not sustainable. The perspective of the project is overbearingly anthropogenic, centered on values that reduce the surrounding natural landscape to an instrumental vision as a means of accumulating wealth.

Keywords: 1. Colonet, 2. media, 3. landscape value, 4. content analysis, 5. discursive analysis.

culturales

VOL. VII, NÚM. 13, ENERO-JUNIO DE 2011
ISSN 1870-1191

Introducción

ESTE ARTÍCULO COMPRENDE UN PREÁMBULO SOBRE LA trascendencia del proyecto multimodal en Punta Colonet y el rol de los medios de comunicación masiva en la construcción simbólica de la realidad; esto, mediante conceptos de valoración del paisaje y teorías de la comunicación. Se emplean las técnicas de análisis del contenido y del discurso para cumplir el objetivo de conocer, a través de las representaciones mediáticas socioambientales, la valoración simbólica paisajística de Bahía Colonet como megapuerto proyectado.

La supuesta saturación del puerto de Long Beach y Los Ángeles (en adelante LBLA), las regulaciones ambientales estrictas en Estados Unidos que limitan el desarrollo de nuevos puertos y líneas ferroviarias (SCT, 2008) y las características naturales de Colonet condujeron a planear el megapuerto en este sitio. Este proyecto promete ser el más grande de América Latina y el más importante de México en los últimos 50 años, como se le considera en el Programa Nacional de Infraestructura 2007-2012 (PNI, 2007) y en palabras del presidente mexicano Felipe Calderón Hinojosa.

De acuerdo con el *Containerisation International Yearbook* (2005), el puerto de mayor manejo de contenedores está en Singapur y el de LBLA figura entre los 11 de mayor actividad; el único puerto latinoamericano en la lista está situado en Brasil. De concretarse el proyecto multimodal en Punta Colonet, sería el más grande de América Latina y figuraría entre los más importantes del mundo.

La convocatoria de licitación del proyecto multimodal se lanzó en 2008 (SCT, 2008); sin embargo, los medios de comunicación masiva comenzaron a crear representaciones acerca de este tema desde 2003.

Existen estudios científicos sobre la biodiversidad de Punta Colonet y una propuesta de Ordenamiento Ecológico Territorial, que aun si se aplicara cumpliría sólo parte de los objetivos de un

desarrollo sustentable (Palacios, 2008). Constan también documentos técnicos como el Acuerdo de Delimitación del Recinto Portuario, el Decreto de Habilitación del Puerto, las Directrices Generales de Desarrollo de Colonet y un Manifiesto de Impacto Ambiental, rechazado en marzo de 2007 por la Dirección General de Impacto y Riesgo Ambiental (DGIRA), de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat), por encontrar en el proyecto “Terminal de minerales, usos múltiples y contenedores Punta Colonet, Baja California” deficiencias e incumplimiento con instrumentos jurídicos. Este resolutivo fue seguido por el lanzamiento de la convocatoria de licitación del proyecto multimodal.

No existe actualmente un trabajo que vincule los aspectos de las ciencias naturales sobre Colonet con las ciencias humanas y sociales, particularmente con una dimensión simbólica tratada desde los estudios culturales y comunicacionales. De este modo y partiendo de que el paisaje no es sólo la sumatoria de relaciones entre elementos objetivos presentes en un lugar, sino también la convergencia de percepciones subjetivas de esos elementos y relaciones (Ojeda, 2005), este trabajo identifica esas representaciones sobre la evolución de Bahía Colonet reflejadas en los medios de comunicación a través de la identificación de enunciaciones simbólicas o funciones discursivas.

El paisaje constituye un elemento que cobra cada vez más importancia, no sólo en la aplicación de estudios sobre el medio ambiente, evaluaciones de impacto ambiental y planificación integral de espacios naturales, sino también en las tareas de educación ambiental (Abad y García, 2006). Por esto, últimamente han aparecido trabajos de valoración del paisaje en los que los científicos naturales insertan teorías y conceptos tanto del constructivismo social como de la comunicación, tales como los de Arild Vatn (2001), Alejandro Toledo (2002) y Fernando González Bernáldez (1992), entre otros. Otro de los ecólogos cuyos estudios de la comunicación social también es necesario incorporar es Manuel Maass (2006), quien afirma que es indis-

pensable contemplar medidas de intervención comunicativas orientadas a transformar el escenario de generación y discusión de los informes, discursos y argumentos de los diferentes sectores sociales que participan en el proceso de manejo. Y enseguida parafrasea a Medrano Tapia:

Esto es, a través de una evaluación y síntesis de los escenarios de debate sobre las actividades de manejo, se genera un proceso de aprendizaje colectivo, ambiental, político y ciudadano, estableciendo una ruta comunicativa que se constituye como un mecanismo que permite la articulación del conocimiento y discusión de los sistemas ecológicos y sociales en el diseño de estrategias de ordenamiento (Maass, 2006).

Así, esta investigación se relaciona con aspectos naturales, específicamente los referentes a la valoración simbólica del paisaje vista por González Bernáldez (1985) y Toledo (2002), entre otros, como una disciplina que toma en cuenta a los grupos humanos como agentes transformadores de la dinámica física y ecológica de los paisajes. Además, el trabajo se inserta en las ciencias sociales a través de los estudios comunicológicos y culturales.

Como espacios físicos e imaginarios, los paisajes son complejos multidimensionales en donde ocurren procesos naturales y sociales que pueden ser valorados y representados por signos, significaciones, planes y estrategias (Toledo, 2006).

Los ecosistemas pasan a ser socioecosistemas cuando el hombre los manipula para que logren un estado deseado; y se conforman de diversas variantes, como campos de golf, jardines, campos de cultivo (Mass y Cotler, 2006). En este sentido, desde que se proyectó el plan para desarrollar el megapuerto, Punta Colonet está en una transformación a socioecosistema.

Los resultados plasmados en este artículo pueden servir para, además de documentar la participación de los medios de comunicación en el proceso de desarrollo del proyecto más importante en materia de infraestructura de los últimos 50 años en México, proponer una agenda temática que contemple las cuestiones

biótico-abióticas que, como se verá en los resultados, han sido suprimidas y que por su envergadura podrían aportar elementos a los tomadores de decisiones, medios de comunicación, sectores públicos y privados, y así ampliar el espectro de la agenda pública sobre el proyecto multimodal.

Por otra parte, este trabajo puede servir para crear alternativas de líneas de investigación, sobre todo enfocadas en las nuevas generaciones de estudiosos de la comunicación, buscando que integren las teorías y técnicas sociales con los ejes naturales que cada vez urgen más y cobran mayor importancia.

Referente conceptual

Sin afán de agotar una discusión teórica, este apartado tiene por objeto proporcionar al lector un marco de referentes conceptuales empleados para identificar, a través de las representaciones mediáticas socioambientales, la valoración simbólica paisajística de Bahía Colonet como proyecto de megapuerto (cuadro 1).

Cuando se habla de ecología del paisaje y de paisaje en sí, se encuentra una vasta diversidad de corrientes, enfoques y definiciones: unas datan de los años treinta y relacionan primordialmente esta disciplina con la geografía; otras se refieren a aquélla como la ciencia que estudia la estructura y las funciones, y de los años ochenta a la fecha muchos estudiosos han promovido otorgarle el carácter de transdisciplinar porque abarca desde la arquitectura hasta la ciencia política, pasando por la historia, los estudios culturales y la sociología.

Desde la ecología se atiende, por otra parte, también a la percepción del paisaje; en concreto, a la caracterización y valoración del paisaje por la población. La interpretación del paisaje nos puede llevar a su diagnóstico y también a un pronóstico o predicción ante influencias. Esa información es de gran valor para la gestión del territorio que da soporte a ese paisaje (González Bernáldez, 1985).

Culturales

Cuadro 1. Las teorías y sus principales premisas y exponentes.

<i>Teorías y sus precursores y principales exponentes</i>	<i>Premisas</i>
Teoría de la Agenda Setting, de Maxwell McCombs y Donald Shaw (1972)	Existe una correlación directa entre la forma cómo los medios difunden la nota y la importancia que el público le otorga. Existen dos niveles: el primero dice que los medios sugieren sobre qué tema pensar a través de la frecuencia (cantidad de notas). Y el segundo se refiere a que los medios sugieren cómo pensar sobre ese tema. Los medios de comunicación masiva no proyectan la realidad, sino que la filtran y encuadran. Los medios de comunicación masiva se concentran en algunos temas y hacen que el público los considere más importantes que otros.
Teoría del Framing, de Dietram Scheufele (1999), Ervin Goffman (1974), Robert Entman (1993), Amos Tversky y Daniel Kahneman (1981) y Fairhurst y Sarr (1996)	Los medios proporcionan activamente los marcos de referencia que la audiencia usa para interpretar y discutir sobre los asuntos públicos. Los medios tienen un fuerte impacto al construir el acontecer, encuadrando imágenes de la realidad de un modo predecible y según un patrón. A los aspectos seleccionados se les asigna una definición concreta, una interpretación causal, un juicio moral y/o una recomendación para su tratamiento.
Teoría de las representaciones sociales, de Serge Moscovici y Denise Jodelet (1986), Claudine Herzlich (1979), Robert Farr (1986) y María Banch (1990)	La representación no es la imagen, es una re-construcción. Las representaciones sociales se forman por un proceso (¿cómo se constituyó?) y por un producto (¿cuál es la representación?) Las representaciones sociales son una forma de conocimiento de sentido común que caracteriza a las sociedades modernas "bombardeadas" de manera constante por la información que los medios de comunicación divulgan. Nos representamos una cosa después de haber tomado posición y en función de la posición tomada.
Teoría de la producción social de comunicación, de Martín Serrano (1985)	Hay una correlación directa entre la transformación de los medios de comunicación masiva y el cambio en la comunidad. Es resultado de tres procesos.
Percepción y valoración del paisaje, de Alejandro Toledo (2002) y Fernando González Bernáldez (1985 y 1992)	Para comprender a los paisajes y su transformación es esencial conocer las representaciones simbólicas. Como espacios físicos e imaginarios, los paisajes son complejos multi-dimensionales en donde ocurren procesos naturales y sociales que pueden ser valorados y representados por signos, significaciones, planes y estrategias. El paisaje es una información que recibe el hombre de su entorno ecológico... hay que considerar el papel del paisaje en la educación y en el aumento de conciencia de la sociedad.

Fuente: Elaborado por Claudia C. González O.

La producción de representaciones sobre Punta Colonet depende esencialmente de la actitud que adopta el observador ante la "realidad" a la que se está refiriendo. Frente a un paisaje, escoge,

organiza y carga de sentido lo que ve y conoce, en una interacción que se manifiesta en ambas direcciones, del observador al paisaje y a la inversa (Ramos, 1986).

Debido a que este artículo trata a la comunicación como un medio de enseñanza en tanto que construye significados que a su vez son tomados como referencia para la agenda pública y participación, se adopta la idea del constructivismo de que el conocimiento es fundado activamente por el sujeto, y no es el resultado de un proceso pasivo de recepción de estímulos del medio (Klein y Merrit, 1994). Por ello es explicable, por ejemplo, que en el contexto actual la globalización de la comunicación no ha eliminado el carácter localizado de la apropiación; por el contrario, ha creado un nuevo tipo de eje simbólico en el mundo moderno, lo que se puede describir como el eje de la difusión globalizada y de la apropiación localizada, pues por el carácter hermenéutico de la apropiación se deduce que el significado que los mensajes mediáticos encierran para los individuos y las formas en que los materiales simbólicos mediáticos son asumidos por los receptores dependen de los contextos de recepción y de los recursos que ponen en práctica durante ese proceso, en suma, de la cultura en la cual está inserto y que a la vez él mismo produce.

En el caso del tema que trata este artículo, es pertinente enfatizar que la apropiación localizada de los productos mediáticos es también una fuente de tensión y conflicto potencial. Los contornos de la comunicación mediática proyectan un fenómeno que ha alterado la naturaleza del intercambio simbólico y transformado en ciertos aspectos las condiciones de vida individuales en localidades de todo el mundo. Por lo mismo, la vida social no se reduce a una cuestión de sujetos-objetos e incidentes que de manera involuntaria afectan en el mundo natural; también, y ante todo, es una cuestión de acciones y expresiones significativas, de enunciados, símbolos y representaciones construidas socialmente.

Las estructuras sociales, en tanto conjuntos de recursos y reglas, representan formas en que se constituye la sociedad a partir de

las prácticas de vida cotidiana; son mutables, en el sentido de que los agentes, aunque abiertos a la sociedad, también asumen posturas de negociación y oposiciones francas hacia ésta, lo cual propulsa la reproducción del individuo frente a su realidad, o sea, frente a su propia construcción social de la realidad o representación de la estructura.

Individuo y sociedad se enlazan en las representaciones sociales puesto que son construidas a partir de las disposiciones creadoras de agentes activos y dotados de inteligencia, con motivaciones autónomas, que cuentan con capacidades reflexivas y de racionalidad; pero siempre resultan de un ejercicio sociocultural en el que dialécticamente la agencia de los actores se somete a marcos de interpretación estructurales heredados culturalmente, en cuya constitución juegan un rol central los propios medios de comunicación.

La teoría del Framing, surgida en los años setenta con el sociólogo canadiense Erving Goffman, se adscribe a una corriente caracterizada por el constructivismo social. Una de sus principales premisas es que los medios tienen un fuerte impacto al construir el acontecer encuadrando imágenes de la realidad de un modo predecible y según un patrón. Según Scheufele (1999), otro de los máximos exponentes de esta teoría, los medios proporcionan activamente los marcos de referencia que la audiencia usa para interpretar y discutir los asuntos públicos. A los aspectos seleccionados se les asigna una definición concreta, una interpretación causal, un juicio moral y/o una recomendación para su tratamiento (Entman, 1993).

La teoría de la Agenda Setting, creada por los norteamericanos Maxwell McCombs y Donald Shaw en los años setenta, explica la correlación entre el modo en que el medio da cobertura a un determinado tema y qué tan importante cree el público que es ese tema. Las premisas más destacadas de esta teoría son: que los medios de comunicación masiva no proyectan la realidad, sino que la filtran y encuadran, y que los medios de comunicación masiva se concentran en algunos temas y hacen que el

público los considere más importantes que otros. La percepción de los asuntos sociales está condicionada, en gran parte, por la contribución de los medios de comunicación (Dearing y Rogers, 1996; Iyengar, 1991; McCombs y Shaw, 1972; Scheufele, 2000). La Agenda Setting consta de dos niveles: el primero dice que los medios sugieren qué tema pensar a través de la frecuencia (cantidad de notas), y el segundo se refiere a que los medios sugieren cómo pensar sobre ese tema. Así, las teorías del Framing y de la Agenda Setting, que encuentran a los medios de comunicación masiva como sugerentes de una realidad, se enlazan para descubrir la valoración simbólica del paisaje a través de las representaciones mediáticas que, a su vez y de acuerdo con la teoría de la producción social de comunicación, influyen directamente en la agenda pública.

La teoría de la producción social de comunicación, representada en los años ochenta por el español Manuel Martín Serrano, afirma que hay relación entre la transformación de la comunicación masiva y el cambio en la comunidad en la que a través de la mediación se vinculan las estructuras sociales y el pensamiento individual de manera recursiva. Esto es, en el caso que nos ocupa, los medios de comunicación masiva son el vínculo entre el agente local o actor y las representaciones simbólicas sobre el tema Colonet.

En 2007 Wayne Wanta y Salma Ghanem expusieron que

existe una relación positiva y significativa ($r=0.53$) entre el énfasis mediático sobre los temas y acontecimientos sociales (qué temas tienen una mayor visibilidad y un emplazamiento más privilegiado en las agendas informativas) y el énfasis de éstos como asuntos valorados como importantes o problemáticos por la opinión pública.

Para Martín Serrano (s/f), la teoría de la comunicación estudia el modo en que las seres humanos, y antes que nosotros muchas especies animales, reproducen sus poblaciones y diversifican a sus individuos sirviéndose de la información compartida, actividad que implica la reproducción de un medio natural, y en el

caso del hombre, la producción de un entorno social, técnico y cultural.

La mediación, como sistema institucionalizado, no solamente cumple funciones mediadoras, sino que produce objetos que transportan modelos de ajuste a los cambios que se originan en el plano cultural-tecnológico y en el plano de la innovación y el cambio cultural; que implican, a su vez, el ajuste necesario a una visión del mundo que justifique la relación entre el medio social y el medio natural. El agente social se sirve de estos modelos y es servido por ellos para integrar su visión del mundo, prescribir su acción y, por tanto, garantizar su propia permanencia en los órdenes que habita (Martín, 1978).

Existen cambios en la actitud de los individuos respecto a un tema que directa o indirectamente los afecta según la influencia de los medios de comunicación masiva. Los teóricos de la comunicación de masas, como Marshall McLuhan, nos muestran cómo somos afectados por los cambios tecnológicos. Tanto McLuhan como Umberto Eco han llegado a conclusiones similares respecto al mito de la neutralidad del medio en la transmisión de la información, uno centrado en el contenido e interpretación y el otro en el canal (Peña, 2000). Así, los métodos cuantitativos se emplearon para descubrir las representaciones mediáticas socioambientales en torno al proyecto de megapuerto en Bahía Colonet, y las técnicas cualitativas se usaron para comprender los discursos en torno a su sustentabilidad y su valoración paisajística, así como para entender quiénes son y cómo están segmentados los agentes sociales que de manera directa o indirecta han intervenido mediáticamente en él.

Método

En cuanto al corpus de estudio, se eligió que los medios de comunicación que habrían de ser tomados en cuenta para este trabajo fueran de comunicación masiva y que tuvieran periodi-

Representaciones mediáticas en torno a Bahía Colonet

ciudad diaria; se eligió que, además de ser impresos, manejaran una versión electrónica. Éstos fueron *El Vigía*, *El Mexicano*, *Frontera*, *San Diego Union Tribune* y *The Yuma Sun* (cuadro 2).

Cuadro 2. Generalidades sobre los medios de comunicación muestreados.

<i>Medio</i>	<i>Sede fundación</i>	<i>Año de</i>	<i>Cobertura espacial</i>
<i>El Vigía</i>	Ensenada	1985	Ensenada hasta El Rosario
<i>El Mexicano</i>	Tijuana	1959	Baja California y San Diego
<i>Frontera</i>	Tijuana	1999	Baja California
<i>San Diego Union Tribune</i>	San Diego	1868	California
<i>The Yuma Sun</i>	Yuma	1895	Suroeste de Estados Unidos

Fuente: Elaborado por Claudia C. González O.

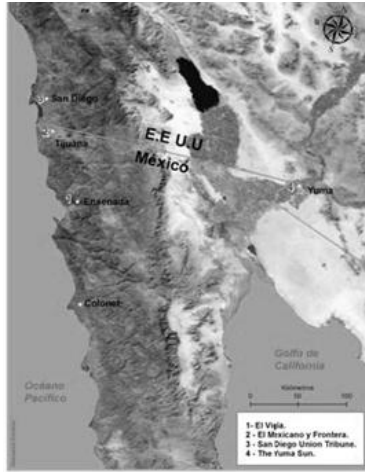
El total de unidades que articulan este trabajo es de 409 registros de géneros periodísticos informativos; específicamente, noticias que mencionaron el tema del megapuerto de Punta Colonet.

Con respecto al espacio, este trabajo se inscribe en la escala regional transfronteriza de Baja California, en México, y California y Arizona, en Estados Unidos (mapa 1).

A diferencia de las versiones tradicionales, los periódicos digitales contienen características como multimedialidad, ruptura de la secuencialidad (hipertexto e hipermedio), multidireccionalidad, multirrelacionalidad (Trujillo, 2002). Sin embargo, y aunque receptores de cualquier parte del mundo pueden interpretar y ser influenciados por los medios digitales, éstos tienen como público objetivo las comunidades locales en donde circula la versión tradicional. En lo referente al tiempo, y aunque se sabe que son suficientes diez días de observación para determinar en términos generales el trato que da la prensa a un tema determinado (Acosta, 1994), se tomaron en cuenta las noticias sobre el tema del megapuerto de Punta Colonet

Culturales

Mapa 1. Localización del área de estudio y sedes de los medios de comunicación.



Fuente: Elaborado por Giovanni Cordero.

desde la primera mención que cada periódico hizo del tema hasta la última de 2008.

Como ya se mencionó, la primera noticia tiene registro en enero de 2003. Cada unidad de registro se integró por la noticia completa, mientras que los encabezados sirvieron para identificar la presencia-ausencia de referencia directa al proyecto de megapuerto en Punta Colonet. La parte central de este artículo se basó en el análisis del cuerpo de las noticias, que tiene la función de explicar detalladamente el estado actual, las causas y las consecuencias del acontecimiento, y pretende dar una respuesta exhaustiva a las seis categorías; quién, qué, dónde, cuando, por qué y cómo (Bueno, 2000). Para cumplir el objetivo de conocer, mediante las representaciones mediáticas socioambientales, la valoración simbólica paisajística de Bahía Colonet como proyecto de megapuerto, este trabajo se elaboró con métodos cuantitativos y cualitativos.

La parte cuantitativa se desarrolló con base en la técnica del análisis del contenido, que tiene como finalidad estudiar rigurosa y sistemáticamente la naturaleza de los mensajes que se intercambian en los actos de comunicación. Esta técnica identifica factores como la colocación de las noticias en el periódico y la medida o tamaño de éstas. La técnica mide también elementos como la frecuencia, que cuantifica la aparición de ciertas características, códigos y registros contenidos en la unidad de análisis, y la concordancia, que analiza la relación de las palabras clave con su contexto (Neuendorf, 2002).

En correspondencia con la naturaleza central de este trabajo, que es la valoración simbólica paisajística de Bahía Colonet como megapuerto proyectado a través de las representaciones mediáticas socioambientales, se crearon categorías para medir el tratamiento noticioso (cuadro 3). Para la caracterización de las noticias se diseñó un esquema sincrónico, que es una comparación entre la producción y los productos de la comunicación pública según las distintas instituciones mediadoras (Martín, 1989).

El método cualitativo consiste en un conjunto de procedimientos interpretativos que se sustentan en técnicas de lógica basada en establecimiento y combinación de categorías de orden cualitativo. Esta parte se desarrolló con base en la técnica del análisis del discurso. En primer lugar y para analizar la discursividad de las notas periodísticas, se crearon categorías para organizar conceptualmente los componentes del paisaje de Punta Colonet. Éstas fueron: elementos antrópicos (que a su vez englobaron las categorías mayores de dimensión económica y dimensión social) y elementos abióticos y bióticos (que a su vez correspondieron a una categoría mayor llamada dimensión ambiental). En segundo término se identificaron las enunciaciones en torno a la dimensión ambiental, prioridad en este trabajo, y se categorizaron en funciones de protección y/o conservación y funciones de aprovechamiento y/o explotación.

Culturales

Cuadro 3. Categorización de noticias en torno al proyecto de megapuerto en Bahía Colonet.

<i>Fases del análisis</i>	<i>Actividad</i>	<i>Observaciones</i>
Identificación de notas en medios	Identificación de palabras clave	Colonet, Punta Colonet, puerto, megapuerto
Identificación de unidades de registro	Descripción de fecha, encabezado, vínculo, autor	
Análisis del contenido	Identificación de referencia	1= cuando el encabezado se refiere directa o literalmente al tema Colonet; 0 = cuando el encabezado se refiere indirectamente al tema Colonet
	Número de palabras Imagen	Número de palabras en cuerpo de la nota 1 = contiene, 0 = no contiene
Análisis discursivo	Descripción de agentes	Nombre de los agentes físicos o morales mencionados en la nota (que hablen, de los que se hable o estén presentes en el acto)
	Descripción de cita clave	Porción de texto que resume los hechos
	<i>Dimensión económica</i>	<i>Subcomponentes de paisaje y de sustentabilidad</i>
	Agricultura, pesca, ganadería, minería	Actividades y parques industriales Infraestructura, construcción de ferrocarril, carretera, puerto, aeropuerto...
	Turismo, logística, finanzas, servicios portuarios, transportes	Servicios turísticos, hoteles, marinas Planificación, calendario de licitación, trámites Inversión, beneficios, progreso y desarrollo económico, generación de empleos Carga, contenedores, teus
	<i>Dimensión económica</i>	<i>Asentamientos humanos, índices poblacionales</i>
	Demografía, calidad de vida, cultura, crisis \$, mígra y seguridad, legales, general	Bienestar, salud, deporte, recreación, educación Historia, arqueología, patrimonio Crisis económica mundial, crisis financiera Seguridad nacional, inmigrantes, fronteras, Patrulla Fronteriza Decretos, estudios de factibilidad, manifestaciones de impacto Otras cuestiones socioeconómicas no descritas en las categorías anteriores
	<i>Dimensión ambiental</i>	<i>Acuífero, pozo, calidad de agua, desagüe</i>
	Atmósfera, arroyo, costa, mar, agua, tierra	Arena, dunas, venta de tierras, valle, lomerío, cantil
	Flora, fauna, general	Medio ambiente, biodiversidad y otras cuestiones ambientales no descritas en las categorías anteriores

Representaciones mediáticas en torno a Bahía Colonet

Cuadro 4. Caracterización de actores sociales.

Nombre y cargo	Por alcance	Por sector	Por objetivo	Frecuencia por medio
	Local	Gobierno	Político	<i>El Vigía</i>
	Regional	osc	Político	<i>El Mexicano</i>
	Nacional	Privado	Económico	<i>Frontera</i>
	Internacional	Institucional	Social ambiental	<i>SD Union Tribune</i>
	Internacional	Institucional	Social ambiental	<i>The Yuma Sun</i>

Para conocer a los agentes sociales se creó un protocolo de registro que recogió datos sobre el alcance de las competencias del agente (local, regional, nacional o internacional), el sector al que representa en sus funciones (gubernamental, privado, institucional u osc), el principal objetivo de sus funciones (político, económico, social o ambiental) y su frecuencia en cada medio de comunicación (*El Vigía*, *El Mexicano*, *Frontera*, *San Diego Union Tribune* y *The Yuma Sun*) (cuadro 4).

Resultados y discusiones

Sobre el análisis del contenido

El primer nivel de la Agenda Setting se cumple al identificar las representaciones simbólicas. En el caso que ocupa a este artículo, se obtuvo que, en cuanto a la frecuencia de representaciones mediáticas, del total de unidades de registro, que son 409 noticias, 251 productos comunicativos (61%) fueron publicados por el diario *El Vigía*, periódico local de Ensenada, municipio en donde se planea la construcción del megapuerto. Este alto porcentaje pudo corresponder al factor de la proximidad geográfica, considerado uno de los elementos más poderosos al elegir una noticia: la gente está interesada en conocer lo que ocurre en su entorno cercano (Fontcuberta, 1997). La proporción pudo deberse también a que *El Vigía* comenzó las difusiones al respecto del proyecto de megapuerto en Bahía Colonet en el primer trimestre

de 2003, antes que cualquier otro medio. El resto de las noticias sobre el proyecto de megapuerto se distribuyó de la siguiente manera: *El Mexicano*, 68; *Frontera*, 48; *San Diego Union Tribune*, 10, y *The Yuma Sun*, 32. *El Mexicano* abordó el tema desde el último trimestre de 2003. *Frontera*, *San Diego Union Tribune* y *The Yuma Sun* lo empezaron a abordar en 2004, 2005 y 2006, respectivamente.

El tamaño de las noticias es un recurso gráfico para dar importancia y en general calificar un texto de muy diversa manera, al igual que el tono de voz o el volumen del timbre califican los mensajes verbales (Edo, 2001). Al respecto, este trabajo resolvió que el promedio de palabras contenidas en cada noticia sobre el proyecto de megapuerto en Bahía Colonet fue, en orden de descendencia: *San Diego Union Tribune*, 1082; *The Yuma Sun*, 711; *El Mexicano*, 442; *El Vigía*, 421, y *Frontera*, 288.

En cuanto a las temporadas de producción de noticias, se obtuvo que *El Vigía* y *El Mexicano* registraron los picos más altos en los últimos trimestres de 2008, mientras que *Frontera*, *San Diego Union Tribune* y *The Yuma Sun* los tuvieron en los últimos trimestres de 2007.

Como ya se dijo en la metodología, se tomaron en cuenta todas las noticias que en su cuerpo mencionaron el proyecto de megapuerto en Bahía Colonet. De éstas, el 38.3 por ciento citó en el encabezado alguna palabra referente al tema. Este resultado cobra relevancia al considerar la importancia del encabezado en la influencia sobre el público: los encabezados de las noticias constituyen operadores pragmáticos metatextuales que fijan la actividad interpretativa de los lectores y señalan un tópico más allá de la coexistencia sincrónica de las unidades textuales: marcan a lo largo del tiempo los temas que constituyen el acontecimiento y definen una línea que reúne y da coherencia a los textos de las distintas ediciones (Martínez, 2007). Una labor muy importante en un medio noticioso consiste en escoger los encabezados que aparecerán en su portada. Asociado al contenido de las cabezas se encuentra su jerarquía (Flores, 2002). Sobre la lectura en los

periódicos online se ha revelado que los encabezados son lo primero que observan los lectores en la internet, y quedan en un segundo término las fotografías, los gráficos, sonidos y videos; esto es, la atención del lector se capta por el texto, mientras que en los periódicos impresos son las imágenes las que atraen al lector (Edo, 2001). Al respecto, se encontró que menos de la mitad de las noticias incluyeron ilustraciones.

En cuanto a los elementos del paisaje, el factor más aludido es el antrópico, dejando casi totalmente silenciados los aspectos bióticos y abióticos. Los componentes antrópicos más divulgados son los referentes a logística, finanzas, construcción y transportación. El mediador emplea un sistema de orden que posee carácter latente; nunca muestra los criterios que usa para clasificar la realidad, o porque para el propio mediador son inconscientes, o porque desea mantenerlos ocultos (Martín, 1978). Si bien la agenda informativa de *El Vigía* y *El Mexicano* no abandonó por completo los temas bióticos y abióticos, sí se distinguió por un precario interés en los componentes.

Se encontró una relación directa entre el tamaño de las noticias y la variedad de tópicos abordados.

Se advirtió que la variedad de temas considerados en las noticias sobre el proyecto de megapuerto en Bahía Colonet no es amplia, ya que no sobrepasó el 50 por ciento de los subcomponentes señalados en el cuadro 3.

Se obtuvo que de la dimensión económica los subcomponentes logística, finanzas, construcción y transportación fueron los más mencionados; en cuanto a la dimensión social, demografía, calidad de vida, legalidad y migración fueron los rubros más citados, y en lo relativo a la ambiental, lo fueron la tierra y los aspectos generales. Esto concuerda con otros análisis de contenido ambiental, como el de Shanahan, McComas y Butler (2001), que encontró que los temas principales tratados dentro de lo que ellos denominaron “episodios ambientales” eran referencias generales al medio ambiente, cuestiones de manejo de residuos, activismo ambiental, contaminación del agua y del aire, y energía nuclear.

Culturales

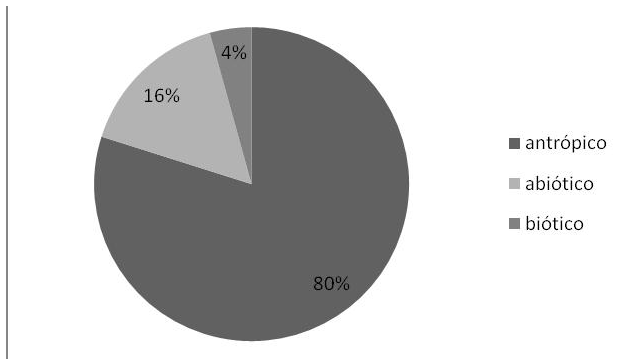
Sobre el análisis discursivo

Al respecto de los componentes antrópicos más divulgados (logística, finanzas, construcción y transportación), se encontró que las semantizaciones propagadas fueron de posición afectiva positiva o favorable; es decir, estos componentes se difundieron como factores positivos por ser detonadores de progreso, desarrollo y economía. Aun cuando sí existió un porcentaje de noticias sobre el proyecto de megapuerto en Bahía Colonet que mencionan aspectos bióticos y abióticos, este porcentaje es irrisorio; esto es, 4 por ciento de los tópicos refirieron cuestiones bióticas, que además fueron sugeridas mayoritariamente como elementos para acumular riqueza y no para protegerlos ni conservarlos (gráfica 1).

El 68.7 por ciento de las noticias que *The Yuma Sun* publicó sobre el proyecto de megapuerto consideró las cuestiones abióticas y destacó aspectos de contaminación al aire al registrar el tema en 25 por ciento de sus notas. Los periódicos mexicanos mostraron 3 por ciento de interés por las cuestiones bióticas (gráfica 2).

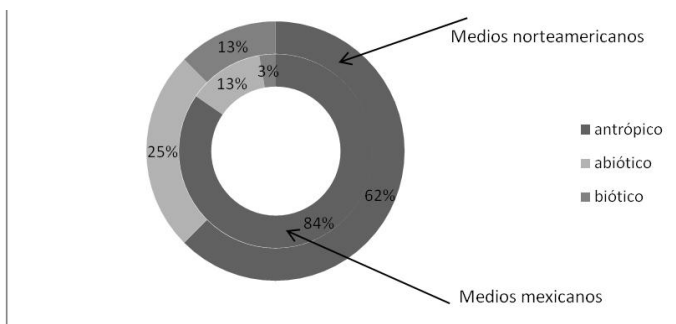
En lo referente a la sustentabilidad, entendida ésta como el equilibrio entre las especies y las dimensiones social-cultural,

Gráfica 1. Valoración simbólico-paisajística por los medios de comunicación en torno al proyecto de megapuerto en Bahía Colonet.



Representaciones mediáticas en torno a Bahía Colonet

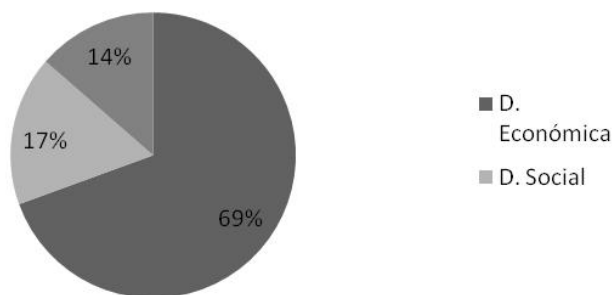
Gráfica 2. Comparación de valoración simbólico-paisajística por medios mexicanos y estadounidenses.



ambiental y económica, observará cómo la dimensión económica predomina sobre las dimensiones ambiental y social-cultural. Componentes de esta última son citados en 14 por ciento de las noticias sobre el proyecto (gráficas 3 y 4).

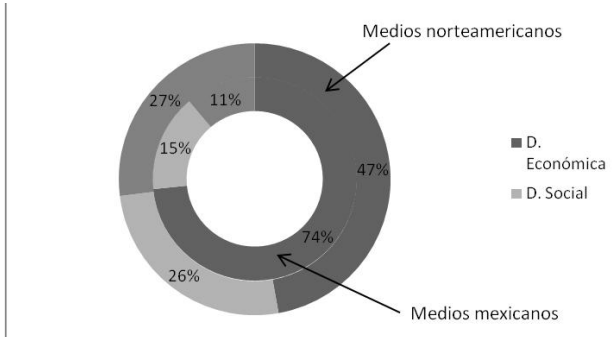
Las enunciaciones discursivas de los subcomponentes más citados de la dimensión ambiental (tierra y aspectos generales) resultaron en un 92.5 por ciento correspondientes a funciones de aprovechamiento y/o explotación y sólo un 7.5 por ciento se refirió a los componentes como recursos que se podían proteger y/o conservar. Lo anterior cobra relevancia al retomar las premisas de la teoría de la producción social de comunicación y los

Gráfica 3. Sustentabilidad simbólica en torno al proyecto de megapuerto en Bahía Colonet representada mediáticamente.



Culturales

Gráfica 4. Sustentabilidad simbólica en torno al proyecto de megapuerto en Bahía Colonet. Comparación de las representaciones mediáticas de México y Estados Unidos.



estudios en los que se encontró que existe una relación positiva entre el énfasis mediático en los temas y acontecimientos sociales y las singularidades de éstos como asuntos valorados como importantes o problemáticos por la opinión pública (Wanta y Ghanem, 2007).

Desde la teoría Agenda Setting se ha indicado que la percepción de los asuntos sociales está condicionada, en gran parte, por la contribución de los medios de comunicación (Dearing y Rogers, 1996; McCombs y Shaw, 1972; Scheufele, 2000).

La semantización de los subcomponentes como bienes económicos concuerda con Abad y García (2006) cuando afirman que, debido a que el hombre en su conjunto busca actividades económicas en los diferentes territorios, la capacidad económica del espacio es lo que determina el futuro paisaje del lugar.

De forma cualitativa se pudo observar que mediáticamente el proyecto de megapuerto es imperiosamente antropogénico, centrado en valores que reducen el entorno natural a una visión instrumental como recurso para acumular riqueza. Este resultado podría ser ubicado en los estudios históricos, en los que se creía que transformar la naturaleza y doblegarla a los caprichos

Representaciones mediáticas en torno a Bahía Colonet

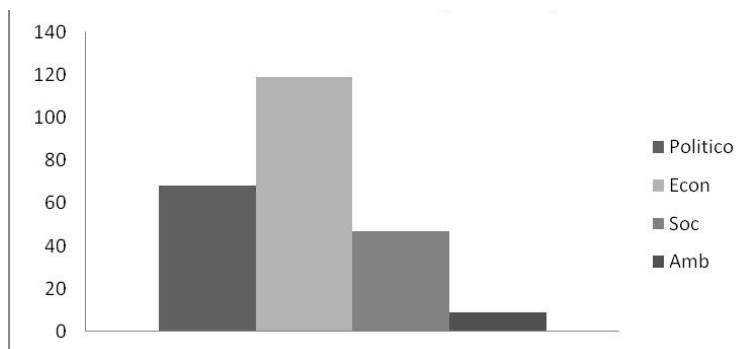
del hombre se consideraba un signo de desarrollo económico y social (Jordan, 1998).

Así, el análisis cuantitativo registró que mediáticamente el proyecto de megapuerto en Punta Colonet no está pensado sustentablemente porque superpone la dimensión económica a las social y ambiental.

De los agentes sociales

En este apartado se reconocieron 239 agentes sociales relacionados directa o indirectamente con el proyecto de megapuerto, los cuales se identificaron en los 409 productos comunicativos. También se vislumbró que los actores sociales insertos en la mediación son predominantemente de objetivo político (119 agentes), mientras que los actores de objetivo ambiental son silenciados (nueve agentes) (gráfica 5).

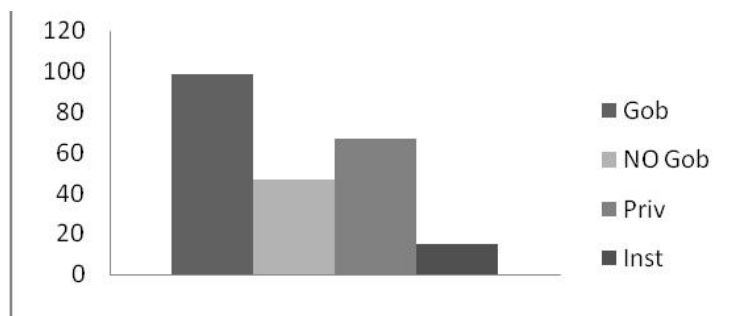
Gráfica 5. Actores por objetivo.



En cuanto al sector de ejercicio, los actores gubernamentales prevalecen sobre los sectores privado, de organizaciones de la sociedad civil (OSC) e institucionales. Este último, en el que participan académicos, aparece limitadamente en las noticias con sólo 15 actores (gráfica 6).

Culturales

Gráfica 6. Actores por sector.

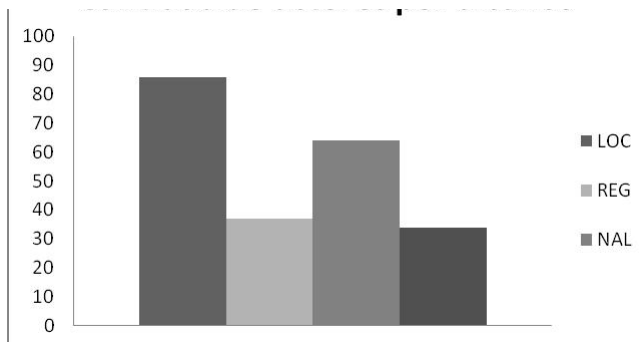


Los agentes más citados fueron los que se observan en el cuadro 5. Se observó cómo en su mayoría son de alcance local; sin embargo, es casi igual el número de agentes regionales y el de internacionales (gráfica 7).

Cuadro 5. Los cinco agentes más nombrados en la noticias sobre el proyecto de megapuerto.

Agente	Frecuencia en medios	Sector	Objetivo	Alcance
César Mancillas A., pres. mun. de Ensenada	29	Gobierno	Político	Local
Pablo A. López Núñez, pres. mun. de Ensenada	27	Gobierno	Político	Local
Secretaría de Comunicaciones y Transportes	25	Gobierno	Económico	Nacional
José Gpe. Osuna Millán, gobernador de Baja California	23	Gobierno	Político	Regional
Felipe Calderón presidente de la República	22	Gobierno	Político	Nacional

Gráfica 7. Actores por alcance.



Conclusiones

Con este trabajo, construido desde la perspectiva de los estudios de la comunicación y la cultura, se logró el objetivo de conocer a través de las representaciones mediáticas socioambientales la valoración simbólica paisajística de Bahía Colonet como megapuerto proyectado. La síntesis de los hallazgos vislumbrados es:

- 1) Se detectó que el componente antrópico dominó con un 80 por ciento de presencia en las noticias referidas al proyecto de megapuerto en Bahía Colonet, tomando en cuenta que los elementos que conforman el paisaje son antrópicos, bióticos y abióticos.
- 2) Mientras tanto, las cuestiones bióticas obtuvieron sólo un 4 por ciento de atención mediática en el periodo de estudio (2003-2008).
- 3) Comparativamente, México y Estados Unidos también subrayaron diferencias en el trato de las cuestiones bióticas. Los periódicos mexicanos reflejaron un 3 por ciento de presencia y los norteamericanos un 13 por ciento.
- 4) Tomando en cuenta que las dimensiones de la sustentabilidad son social-cultural, ambiental y económica, se

Culturales

traslució que esta última dimensión destacó con el 69 por ciento de presencia en las noticias referidas al proyecto de megapuerto en Bahía Colonet.

- 5) Mientras tanto, sólo el 14 por ciento de las noticias sobre el megapuerto mencionó subcomponentes de la dimensión ambiental.
- 6) Y peor aún, de ese 14 por ciento que correspondió a noticias que mencionaron subcomponentes de la dimensión ambiental, el 92.5 por ciento correspondió a funciones discursivas orientadas a describir los subcomponentes como elementos para aprovechamiento y explotación y sólo un 7.5 por ciento cumplió la semantización de protección y conservación. A través de los 409 productos comunicativos, se identificaron 239 agentes sociales relacionados directa o indirectamente con el proyecto de megapuerto en Bahía Colonet. De éstos, sólo el 3 por ciento está directamente vinculado con el objetivo ambiental.
- 7) Asimismo, se exhibió que las cuestiones de la dimensión social ocuparon un 17 por ciento en los contenidos noticiosos, mientras que el 14 por ciento mencionó tópicos de la dimensión ambiental.

Referencias citadas

- ABAD, S. J., Y Q. GARCÍA, “Análisis y valoración del paisaje en las sierras de la Paramera y La Serrota”, *Revista Electrónica de Medio Ambiente*, núm. 1, pp. 97-119, marzo de 2006.
- ACOSTA V., M., Y L. P. PARRA R., *Guía para el análisis de contenido electoral en medios de comunicación*, Academia Mexicana de Derechos Humanos, México, 1994.
- ALBERTOS, JOSÉ LUIS, “El mensaje periodístico en la prensa digital”, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, núm. 7, pp. 19-32, 2001.
- CONTAINERISATION INTERNATIONAL YEARBOOK, 2005, en <http://www.ci-online.co.uk/demo>. Consultado el 12 de enero de 2009.

- DEARING, J. W., y E. M. ROGERS, *Agenda Setting*, Sage, Thousand Oaks (Calif.), 1996.
- ENTMAN, ROBERT, "Framing: toward a clarification of a fractured paradigm", *Journal of Communication*, vol. 43, núm. 4, pp. 51-58, Oxford University Press, Cary, 1993.
- FLORES ORTIZ, ROBERTO, *Los titulares de prensa en Internet: un análisis aspectual*, *Análisis del Discurso 1*. Eds. Ramón Alvarado e Irene Fonte, *Signos Literarios y Lingüísticos*, núm. 1, pp. 45-57, 2002. *Semiótica, Pragmática y Análisis del Discurso*. Español.
- GONZÁLEZ BERNÁLDEZ, FERNANDO, *Invitación a la ecología humana. La adaptación afectiva al eterno*, Tecnos, Madrid, 1985.
- , "Ecological consequences of the abandonment of traditional land use system in central Spain", en J. Baudry y R. G. H. (eds.), *Land abandonment and its role in conservation*, pp. 23-29, Zaragoza, 1991.
- , *El empobrecimiento de la biodiversidad como problema mundial en el umbral del tercer milenio*, Ministerio de Relaciones con las Cortes/Secretaría del Gobierno/Oficina del Comisario General de la Exposición Universal de Sevilla, 1992, pp. 139-145.
- , "Environmental preference and environmental challenge", *Environmental Management*, 28, pp. 52-70, 1989.
- , "Content analysis of landscape preferences: the environmental perception of Madrid livestock raisers", *Landscape Research*, vol. 10, núm. 3, pp. 2-8, 1985.
- KLEIN, E., y E. MERRITT, "Environmental education as a model for constructivist teaching", *The Journal of Environmental Education*, vol. 25, núm. 3, pp. 14-21, 1994.
- MAASS, J. M., y H. COTLER, *El protocolo para el manejo de ecosistemas en cuencas hidrográficas*, 2006, en <http://www.ine.gov.mx/publicaciones/libros/528/protocolo.pdf>. Consultado en enero de 2008.
- , "Principios generales sobre manejo de ecosistemas", en Ó. Sánchez, E. Vega-Peña, E. Peters y O. Monroy-Vilchis, *Conservación de ecosistemas templados de montaña en Mé-*

- xico, pp. 117-136, INE/U. S. Fish & Wildlife Service/Ford Foundation, México, 2003.
- MARTÍN SERRANO, MANUEL, *¿Para qué sirve estudiar teoría de la comunicación? Curso de Teoría de la Comunicación*, Universidad Complutense de Madrid, en <http://www.ulima.edu.pe/revistas/contratexto/pdf/art2.pdf>.
- (1986), *La producción social de comunicación*, 3ª ed., Alianza Editorial, Madrid/México, 2004.
- MARTÍNEZ, FABIANA, “La disputa de sentidos entre los ciudadanos y los otros”, *Producciones en Estudios Sociales*, núm. 3, pp. 123-130, 2007.
- MCCOMBS, M. E., y AMY REYNOLDS, “News influence on our pictures of the world”, en Jennings Bryant y Dolf Zillman, *Media effects. Advances in theory and research*, pp. 1-18, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah (N. J.), 2002.
- MCCOMBS, M. E., y DONALD L. SHAW, “The Agenda-Setting function of mass media”, *Public Opinion Quarterly*, vol. 36, núm. 2, pp. 176-187, Chicago, The University of Chicago Press, 1972.
- NEUENDORF, KIMBERLY A., *The Content Analysis Guidebook*, vol. 20, pp. 365-366, Thousand Oaks (Calif.), Sage, 2002.
- OJEDA, J. F., “Percepciones identitarias y creativas de los paisajes mariánicos”, *Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, vol. IX, núm. 187, abril de 2005.
- PALACIOS, VERÓNICA, “Propuesta de ordenamiento territorial en la zona costera Punta Colonet-Camalú, Baja California”, tesis, UABC, 2008.
- PROGRAMA NACIONAL DE INFRAESTRUCTURA 2007-2012, en <http://www.infraestructura.gob.mx/pdf/ProgramaNacionalInfraestructura2007-2012.pdf>. Consultado el 20 de diciembre de 2007.
- SCHEUFELE, DIETRAM A., “Framing as a theory of media effects”, *Journal of Communication*, vol. 49, núm. 1, pp. 103-122, Oxford University Press, Cary, 1999.
- SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, “Convocatoria de concesión de licitación para construcción y operación de puerto y vías férreas”, *Diario Oficial de la Federación*, en

Representaciones mediáticas en torno a Bahía Colonet

www.dof.gob.mx, 1° de septiembre de 2009 al 25 de octubre de 2009.

- SHANAHAN, J., K. MCCOMAS Y J. BUTLER, “Environmental content in primetime network TV’s non news entertainment and fictional program”, *Society and Natural Resources*, núm. 14, pp. 533-542, 2001.
- TANKARD, JAMES W., “The Empirical Approach to the Study of Media Framing”, en Stephen D. Reese, Oscar H. Gandy y August E. Grant, *Framing Public Life: Perspectives on Media and our Understanding of the Social World*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah (N. J.), 2001.
- TOLEDO, ALEJANDRO, “El agua en México y el mundo”, *Gaceta Ecológica*, núm. 064, pp. 9-18, julio-septiembre de 2002, en www.redalyc.org. Consultado el 3 de febrero de 2008.
- , “Hacia una nueva visión de la relación entre agua, hombre y paisaje”, *Gaceta Ecológica*, núm. 078, pp. 5-10, 2006.
- TOLEDO, VÍCTOR M., “Modernidad y ecología: la nueva crisis planetaria”, *Ecología Política*, núm. 3, pp. 9-22, 1991.
- TRUJILLO, M. H., “Periodismo digital y discurso científico. Nuevos modelos para el siglo XX”, *Razón y Palabra*, núm. 27, 2002, en <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n27/fcontreras.html#fm>. Consultado el 5 de febrero de 2009.
- WANTA, WAYNE, Y SALMA GHANEM, “Effects of Agenda Setting”, en Gayle Raymond, M. Barbara, Nancy Burrell, Mike Allen y Jennings Bryant, *Mass media effects research. Advances through meta-analysis*, pp. 37-51, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah (N. J.), 2007.

Otras fuentes consultadas

- BERGER, PETER, Y THOMAS LUCKMAN, *La construcción social de la realidad*, Amorrortu, Buenos Aires, 1988.
- GONZÁLEZ BERNÁLDEZ, F., J. P. RUIZ Y M. RUIZ, “Landscape perception and appraisal, ethics, aesthetics and utility”, *Proceedings*

Culturales

of 8th International Conference on Environment and Human Action, 67-70, IAPS, W. Berlin, 1984.

GUTTMAN, EDITH, C. ZORRO, A. CUERVO Y J. C. RAMÍREZ, *Evaluación social de la gestión ambiental*, CEPAL/PNUD-Col., 2004.

Periódicos

El Mexicano, en <http://www.el-mexicano.info>, 1° de septiembre de 2007-30 de diciembre de 2008.

El Vigía, en <http://www.elvigia.net>, 1° de septiembre de 2007-30 de diciembre de 2008.

Frontera, en <http://www.frontera.info>, 1° de septiembre de 2007-30 de diciembre de 2008.

San Diego Union Tribune, en <http://www.signonsandiego.com>, 1° de septiembre de 2007-30 de diciembre de 2008.

Yuma Sun, en <http://www.yumasun.com>, 1° de septiembre de 2007-30 de diciembre de 2008.

Fecha de recepción: 27 de abril de 2010

Fecha de aceptación: 30 de septiembre de 2010