

Representaciones mediáticas del clima como antihéroe en relatos de dos diarios

Ortega Villa, Luz María¹; Méndez Fierros, Hugo E.²; Ortiz Marín, Ángel Manuel³

Resumen. Los relatos de los medios ofrecen representaciones del acontecer que pueden analizarse para identificar cómo se lleva a cabo la mediación cognitiva. En una ciudad del desierto, la representación del clima que ofrecen los medios buscaría mediar entre las condiciones extremas y la necesidad de ajuste de los seres humanos a esas condiciones.

El análisis de las funciones que desempeñan los personajes en las notas de tema socioambiental publicadas durante dos años por dos diarios del noroeste mexicano mostró que el clima (como frío o calor) es representado principalmente como antihéroe o ayudante de éste, que pone en riesgo la salud e integridad física de humanos y mascotas, o como controlador que obstaculiza las actividades cotidianas de los seres humanos.

Palabras clave: estudios de medios; representaciones mediáticas; mediación cognitiva; relatos; desierto.

[en] Media representations of climate as an anti-hero in stories from two newspapers

Abstract. Media stories offer representations that can be analyzed to identify the way in which cognitive mediation is carried out. In a desert city, the representation of climate offered by the media would seek to mediate between the extreme conditions and the need for human beings to adjust to them.

The analysis of the roles played by the characters in socio-environmental notes published for two years by two Mexican newspapers, showed how desert climate is presented as anti-hero or an assistant to the latter, which endangers the health and physical integrity of humans and pets, or as a controller that hinders the daily activities of humans.

Keywords: mass media studies; media representations; cognitive mediation; stories; desert.

Sumario. 1. Introducción. 2. Representaciones mediáticas, mediaciones y relatos de los medios. 3. Método. 3.1. El corpus. 3.2. Categorías de análisis. 4. Resultados. 4.1. Tema general de las notas. 4.2. Personajes: número, funciones y tipos. 4.3. Denominaciones de los personajes asignados al clima. 4.4. Actividades que desempeña el personaje. 4.5. Los héroes de los relatos. 4.6. Objetivos del héroe y acciones del personaje del clima. 4.7. Representaciones mediáticas. 5. Conclusiones. 6. Bibliografía.

Cómo citar: Ortega Villa, L. M.; Méndez Fierros, H. E.; Ortiz Marín, Á. M. Representaciones sociales de los becarios en situación de vulnerabilidad por parte de la comunidad universitaria. el caso de Perú (2014-2020). en *Mediaciones Sociales* (2021), 1-14.

Nota biográfica

Luz María Ortega Villa es licenciada en ciencias de la comunicación y doctora en ciencias de la comunicación social; profesora-investigadora en la Universidad Autónoma de Baja California, integrante del cuerpo académico “Sociedad y Territorio” (Prodep) y miembro nivel II del Sistema Nacional de Investigadores (Conacyt), de México.

Hugo E. Méndez Fierros es profesor-investigador titular en la Universidad Autónoma de Baja California, México. Es licenciado en ciencias de la comunicación y doctor en estudios del desarrollo global. Líder del

¹ Universidad Autónoma de Baja California, México.
Email: lucyo@uabc.edu.mx

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8911-604X>

² Universidad Autónoma de Baja California, México.
Email: hugomendez@uabc.edu.mx

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0533-7484>

³ Universidad Autónoma de Baja California, México.
Email: mortiz@uabc.edu.mx

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

cuerpo académico “Culturas contemporáneas y discursividades” (Prodep), reconocido por la Secretaría de Educación Pública de México.

Manuel Ortiz Marín es posdoctor por la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina, profesor-investigador de la Facultad de Ciencias Humanas, de la Universidad Autónoma de Baja California, México. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (Conacyt) nivel I e integrante del cuerpo académico “Culturas Contemporáneas y Discursividades” (Prodep) del Instituto de Investigaciones Culturales-Museo.

1. Introducción

La ciudad de Mexicali se ubica en la gran región del desierto de Norteamérica, específicamente en la parte noreste de la península de Baja California, y tiene como límites naturales al poniente las sierras de Juárez y San Pedro Mártir, que forman una barrera que impide el paso de la humedad del Océano Pacífico (Robles et al., 1991). Su carácter desértico se hace evidente en el ambiente árido y extremo, con altas temperaturas en verano y muy bajas en invierno, así como cortas temporadas de primavera y otoño.

En el imaginario de los habitantes de Mexicali una figura predominante es el Sol, debido a las altas temperaturas que se registran en el estío, y a que es una de las ciudades con menor precipitación anual: 50 mm al año en promedio (INEGI, 2020) y apenas 16 días con lluvia por año (Conagua, 2020). Mexicali, capital del estado de Baja California, es nombrada como “La ciudad que capturó al Sol”, y en su entorno son innumerables las alusiones a este astro, tanto en los nombres de los negocios y empresas, como en su identidad gráfica. Esta relación con el Sol se sostiene cotidianamente a través de las menciones sobre el extremo calor, que llega a alcanzar los 50 °C y que ha colocado a Mexicali entre las 10 ciudades más calurosas del planeta (*Milenio* digital, 2019; Ocho TV, 2018).

En contraparte, el invierno mexicalense está lleno de anécdotas sobre congelamiento del pasto en las residencias que invierten cuantiosos recursos para mantener verdes jardines, con fotografías en redes sociodigitales que muestran el agua solidificada al escurrir de las hojas regadas por los aspersores mañaneros; o bien, de historias sobre la cantidad de ropa que se tiene que portar para combatir el frío, a la manera de las capas de una cebolla.

Calor y frío son las palabras con las que los cachanillas⁴ describen el clima mexicalense, que los especialistas denominan Bwh o árido cálido, según la clasificación de Köppen-Geiger (Beck et al., 2018).

Y son precisamente esas dos palabras –calor y frío– las más utilizadas en los medios de comunicación cuando se trata de hacer referencia al estado del tiempo, el más cercano elemento del medio ambiente con el que los mexicalenses conviven todos los días. Un medio ambiente que –se dice a través de diversas vías– está siendo severamente dañado por la acción humana, lo que ha llevado a modificar el sistema climático de la Tierra por el aumento de temperatura promedio del planeta, proceso que se nombra con un concepto ampliamente difundido: calentamiento global.

De ahí que, ante la creciente necesidad que no sólo los gobiernos, sino los seres humanos lleven a cabo acciones que permitan mitigar, lograr la adaptación, fortalecer la resiliencia y reducir la vulnerabilidad de grupos, comunidades y ecosistemas al cambio climático, el Acuerdo de París establece el compromiso de los Estados-partes a intensificar sus esfuerzos y medidas de apoyo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero como una forma de contribuir al objetivo de evitar un cambio climático peligroso al mantener el aumento de temperatura global por debajo de los 2 °C, así como a cooperar en adoptar medidas para mejorar la educación, formación y sensibilización del público respecto del cambio climático (ONU, 2015).

Sin embargo, en una sociedad donde la mayor parte de la oferta simbólica es provista por empresas de comunicación que diariamente dan forma a la manera en que la información y los contenidos simbólicos se producen y circulan por el mundo (Thompson, 1998), los esfuerzos que se lleven a cabo para sensibilizar respecto del cuidado ambiental requieren tomar en cuenta a tales instituciones y –sobre todo– a los productos que elaboran y difunden.

De lo anterior deriva la problemática de investigación que orienta este artículo, que se refiere a la manera en que los seres humanos de una determinada región se relacionan con el medio ambiente con base en las representaciones que de éste se producen, difunden o sostienen por los medios de comunicación; ya que dichas representaciones, al ser aceptadas por las personas, funcionan como orientadoras de las acciones (Giménez, 2005: 411) que tienen sobre ese mismo medio ambiente al que, por otras vías, se declara que hay que cuidar y proteger.

Para abordar la problemática arriba mencionada se llevó a cabo el proyecto de investigación “Representaciones mediáticas del medio ambiente en diarios mexicalenses. 2016-2017”, que tuvo como objetivo general caracterizar las representaciones mediáticas que sobre el clima son presentadas por los dos principales diarios de la ciudad de Mexicali, Baja California, México.

⁴ Los habitantes de Mexicali se denominan a sí mismos “cachanillas”, en alusión a la especie *Pluchea sericea*, planta nativa de la región cuyo nombre común es el de cachanilla.

En ese proyecto se tuvo como fuente de los datos el trabajo realizado por el Observatorio Mediático de la Frontera Norte (ObservaFrontera), con sede en la Universidad Autónoma de Baja California (UABC).

2. Representaciones mediáticas, mediaciones y relatos de los medios

Se atribuye a Émile Durkheim, la construcción inicial del concepto de las representaciones colectivas. Planteó que estas son realidades de la vida colectiva y mental del sujeto, que pueden influir directamente sobre otras o bien combinarse. Las representaciones “son fenómenos reales dotados de propiedades específicas y que se comparten de forma diferente unos con otros según tengan o no propiedades comunes” (Durkheim, 2006: 15). La base de su propuesta resultó de sus encuentros en 1879 con Wilhelm Wundt en el Instituto de Psicología en Leipzig de Alemania. Wundt diseñó un marco metodológico para estudiar los procesos cognitivos, a partir del lenguaje y el habla, de donde emergen productos culturales como los mitos, las costumbres y el habla misma, que mutan en el tiempo (Mora, 2002).

Serge Moscovici posicionó, un siglo más tarde, un enfoque complementario desde la psicología social. Para él toda representación estaba compuesta por una compleja organización de imágenes y lenguaje, los cuales simbolizan actos y situaciones que se convertían en comunes; sostuvo que la representación también comunicaba y producía comportamientos, que determinaban la naturaleza de los estímulos que nos rodeaban y el sentido de las respuestas que debíamos darles (Moscovici, 1979). El trabajo señero de Moscovici ha sido profundizado y ampliado por numerosos investigadores que, tanto en el continente europeo como en el americano, acumulan una vasta producción científica basada en la teoría de las representaciones sociales (Abric, 2001; Araya, 2002; Banchs, 1986; Jodelet, 1984; Materán, 2008). Destaca entre estos trabajos el planteamiento de Denis Jodelet, quien definió que una representación social “designa una forma de conocimiento específico, cuyos contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y funcionales socialmente caracterizados, los cuales designan una forma de pensamiento social” (Jodelet, 1984: 474).

Las representaciones constituyen modalidades cognitivas que se orientan hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno social, material e ideal. Los agentes elaboran representaciones del mundo cimentadas en creencias, principios y valores. Esos preceptos otorgan significado a su pasado, aclaran su mirada del presente y les dotan de cierto sentido de futuro. En los imaginarios colectivos van concomitando los elementos de cambio del entorno social, material o ideal para asumir toda novedad. En cada época y en cada sociedad, incorporar cognoscitivamente lo que irrumpe en la realidad o comprender lo que desaparece es una tarea institucional encaminada al control social (Velarde y Bernete, 2016); esa tarea es lo que Martín Serrano (1986, 2017) denomina “mediación”, entendida como actividad por la cual se proporcionan “modelos que sirvan de referencia al grupo, para preservar su cohesión de los efectos disgregadores que tiene el cambio social” (Martín Serrano, 1986: 132). Es decir, en un entorno que está en continua transformación, los medios de comunicación masiva establecen marcos de referencia (éticos, sociales, políticos, institucionales) con los cuales los agentes sociales puedan evaluar el acontecer y ajustar su conducta a las transformaciones que en él se presentan (Martín Serrano, 1986).

De ahí la importancia de la comunicación pública como actividad que se lleva a cabo por instituciones específicas dedicadas a producirla y que cumplen –entre otras instituciones– esa tarea de control social, que llevan a cabo a través de la producción de relatos, que pueden ser entendidos como estructuras narrativas que integran repertorios de datos de referencia relacionados conceptualmente entre sí y que son fijados en multivariados soportes tecnológicos (Martín Serrano, 2017).

Los relatos participan en el control social de los sujetos porque contienen representaciones sociales [...] que sirven como modelo de influencia precisamente porque esclarece a los sujetos cuáles son las concepciones de la realidad que el Relator distingue, entre todas las representaciones alternativas que serán posibles [...] Cuando el relato es elaborado por un mediador institucional y está destinado a una comunidad, la representación social puede llegar a adquirir el valor de una representación colectiva, o se legitima por ella. (Martín Serrano, 2017: 57).

La comunicación pública, sus relatos y la representaciones que ella ofrece, han sido objeto de estudio y teorización por parte de Manuel Martín Serrano, y si bien es difícil condensar en unos cuantos párrafos una propuesta teórica tan extensa y profunda como la que este autor ha aportado a los estudios de la comunicación, se presentan a continuación algunos aspectos relevantes al tema, que están contenidos en la obra *La producción social de comunicación*, de 1986, y que resultan necesarios como bases mínimas para comprender el trabajo que aquí se aborda.

Para el autor mencionado, la comunicación pública es una actividad “enculturizadora”, aunque no la única que existe en una formación social; sin embargo, su alcance es mucho mayor que el de otras instituciones encargadas de la misma actividad.

A través de los relatos que produce (en distintas modalidades), la comunicación pública “propone una interpretación del entorno (material, social, ideal) y de lo que en él acontece” (Martín-Serrano, 1986: 38), aunque la versión que presenta no necesariamente corresponde con la realidad; por una parte, porque los medios no pueden abarcar todo lo que ocurre y, por la otra, porque al ser industrias que venden un producto (comunicativo), su actividad está limitada tanto por las normas del sistema social, como por las propias de la empresa u organización.

La relación entre el sistema social y el sistema de comunicación es descrita por Martín-Serrano (1986) como una relación dialéctica, donde ambos sistemas están abiertos a las afectaciones mutuas, pero esas afectaciones no están rígidamente determinadas. De ese modo, las representaciones del mundo que propone la comunicación pública pueden llegar a afectar al sistema social a través de los comportamientos de los individuos que han asumido como propias esas visiones del mundo y que actúan en consonancia con ellas. En sentido similar, un cambio en el sistema social puede afectar al sistema de comunicación a través de los actores que forman parte de él pero que, al mismo tiempo, son parte del sistema social y han interiorizado los marcos que éste tiene establecidos para la acción social, de modo que la visión subjetiva del mundo (formada a partir de esos marcos) es exteriorizada a través del medio como una representación colectiva y puede establecerse como tal.

Así, el sistema de comunicación de la sociedad capitalista produce bienes (los productos comunicativos) a través de los cuales se expresan y distribuyen representaciones. Son precisamente los productos comunicativos el objeto de estudio de Martín-Serrano (1986), pues se pueden analizar para identificar dos importantes mediaciones que lleva a cabo el sistema de comunicación: la mediación estructural y la mediación cognitiva.

Teniendo como hecho que el mundo es cambiante y el acontecer es imprevisible, la mediación estructural opera sobre los soportes materiales de los medios, al buscar el ajuste entre el constante cambio del entorno y la necesidad de los medios por prever su actividad, que llevan a cabo según determinados modelos de producción de los bienes que ofrecen, de modo que esta mediación es una tarea de ritualización (Martín-Serrano, 1986).

Por otra parte, a través de la mediación cognitiva, la comunicación pública ofrece a las audiencias modelos de representación del mundo que contribuyen a lograr el ajuste entre el continuo y cambiante acontecer y la necesidad de reproducir y dar continuidad a unas normas y valores sociales; esta mediación opera al nivel de los relatos que ofrecen los medios de comunicación y es, para Martín-Serrano (1986), una tarea mitificadora.

Ambas tareas, la de ritualización y la de mitificación, se llevan a cabo sobre el producto comunicativo, que consiste, entonces, “en un relato en el cual se ofrecen un repertorio de datos de referencia relativos al acontecer a propósito del que se comunica y generalmente un repertorio de evaluaciones” (Martín-Serrano, 1986: 138). Para abordar los datos de referencia y los de evaluación, se recurre al análisis de las representaciones del relato, consistente en “identificar la forma en la que el medio realiza su labor de mitificación cuando relaciona la noticia de lo que acontece con las normas y los valores sociales” (Martín-Serrano, 1986: 139). Para hacer dicho análisis, el autor propone lo que denomina “modelo canónico de la mediación cognitiva”.

De manera muy sucinta, se puede decir que el modelo mencionado postula que los datos de referencia que son incluidos en el producto comunicativo aluden a determinados sujetos que, en el relato de los medios, asumen la función de personajes que desempeñan uno o varios roles en su interacción con otros y con el entorno. Dichos personajes son descritos con determinados atributos y, según el relato, persiguen unos objetivos utilizando ciertos instrumentos. En esa búsqueda (que puede ser exitosa o no) la narrativa los presenta interactuando con otros personajes. Los actos que llevan a cabo los personajes pueden estar marcados en el relato por aprobaciones o desaprobaciones, lo que indica la existencia de controles, controladores y normas que marcan la pauta a los roles de los personajes.

En el modelo de Martín-Serrano (1986: 220) “un Actor es cualquier sujeto (humano o animal) capaz de modificar el ecosistema en el que está incluido”, y la acción material de un actor sobre ese ecosistema implica la ejecución de acciones, lo que dicho autor denomina comportamiento ejecutivo.

Sin embargo, debido a la mediación que llevan a cabo las industrias de los medios, los actores que existen en el mundo físico son presentados en sus relatos como personajes que participan en la trama, siendo estos “entes ideales que representan en el relato las acciones atribuidas a los Agentes” (Martín-Serrano, 1986: 224).

Por ello, una característica que no hay que olvidar, es que el relato de los medios de comunicación transforma a los actores (del mundo físico) en personajes (que existen sólo en el relato).

Si bien la propuesta teórica del autor citado establece que son los animales y humanos quienes son presentados como personajes, también menciona que “la condición de Personajes se adquiere por el hecho de aparecer mencionados en el relato y no por el hecho de actuar en el entorno” (Martín-Serrano, 1986: 222). Y el propio autor explica que existe una retórica en la cual las fuerzas y cosas de la naturaleza son tratadas como sujetos y presentadas como personajes en los relatos de los medios, por lo que, al analizar los relatos, conviene tratar a estos pseudo sujetos “como si fuesen sujetos cuando en el producto comunicativo así se haga expresamente” (Martín-Serrano, 1986: 225).

De lo anterior se desprende, entonces, la pregunta que orientó el análisis que se presenta en este trabajo, que se refiere a indagar sobre la manera en que, en los relatos de dos diarios mexicalenses, el medio ambiente —en la forma de frío o calor propios del clima desértico—, es presentado como personaje y qué funciones desempeña en esos relatos; es decir, indagar sobre la tarea de mitificación que llevan a cabo los diarios seleccionados.

3. Método

Para realizar el registro de la información periodística, se seleccionó a los diarios *La Crónica de Baja California* y *La Voz de la Frontera* (en adelante, *La Crónica* y *La Voz*). Tal decisión se basó, por una parte, en que el municipio de Mexicali es el que presenta las temperaturas más extremas en el estado de Baja California; y por otra, en que esos dos diarios son los que se publican localmente en la ciudad capital del estado y cabecera del municipio mencionado.

Con base en esa selección, resultó conveniente para el trabajo de investigación que fundamenta este artículo recurrir a la base de datos de ObservaFrontera, gabinete de investigación que forma parte de la Universidad Autónoma de Baja California y que fundamenta su modelo de análisis en la propuesta teórica del establecimiento de agenda o *Agenda setting*, desarrollada hace varios años por McCombs y Shaw (1972) y continuada por expertos en el análisis noticioso como Roger y Martin (1988) y Scheufele (2009), entre otros científicos.

La premisa central de dicha propuesta señala que “los medios de comunicación masiva establecen la agenda de cada campaña política, influyendo en la relevancia de las actitudes hacia los temas políticos” (McCombs y Shaw, 1972: 177, traducción propia).⁵ Si bien tal afirmación se aplica originalmente al tema político, es dable aplicarla para diversos asuntos que se reflejan en la opinión pública y que tienen espacio en los medios de comunicación como lo es la prensa, en este caso la de Mexicali.

A partir de ese enfoque, ObservaFrontera da prioridad a los tópicos más sobresalientes en los diarios; sin embargo, para el caso de este trabajo se agregaron al registro algunos otros subtemas –en coincidencia con los conceptos de Manuel Martín-Serrano expuestos con anterioridad–, como fueron: los tipos y denominación de personajes, las funciones y actividades que desempeñan, y el objetivo del personaje héroe del relato (ver más adelante).

Para el caso de la investigación que fundamenta este artículo se determinó analizar las publicaciones de los años de 2016 y 2017, por lo que se tuvo un total de 374 días en los cuales se recabaron publicaciones de las diferentes categorías que toma en cuenta ObservaFrontera. De entre ellas, se seleccionaron las publicaciones ubicadas en el tema denominado “Socioambiental”, que incluye como subtemas los siguientes: agua, relación ser humano-clima, contaminación ambiental, usos del suelo, flora, fauna silvestre, energía, cambio climático, políticas ambientales, y otros temas.

Es en el tema socioambiental donde se ubica la información relativa a: estado del tiempo; las temperaturas locales; los fenómenos naturales; especies amenazadas, sobreexplotadas o en peligro de extinción; uso de energías alternativas, proyectos energéticos; manifestaciones del cambio climático, huracanes, inundaciones, fenómeno de El Niño o La Niña; así como iniciativas de legislación ambiental, planes y programas gubernamentales.

Para las notas ubicadas como en el tema socioambiental se obtuvo una base de datos que contiene un total de 467 textos (entre notas, artículos, columnas, editorial), cuya clasificación de subtemas y distribución son los siguientes: cambio climático (30.84%), fauna silvestre (23.34%), usos sociales del agua (11.13%), contaminación ambiental (10.49%), otros temas socioambientales (10.48%), relación ser humano-clima (6.42%), flora (3.64%), participación ciudadana en la resolución de problemas (1.28%), promoción y distribución cultural (1.28%), usos del suelo (1.07%), culturas y movimientos juveniles en favor del medio ambiente (0.21%).

Es relevante hacer notar que los cuatro primeros subtemas, por su frecuencia, son tópicos que están atravesados por múltiples mediaciones de orden político y económico, no solamente de la escala regional o local, sino con importantes “inputs” informativos globales, lo que les dota de mayor complejidad y los coloca como temas de interés en la agenda política y en la agenda pública, y a su vez contribuye para que sean incorporados en la agenda mediática.

También, se puede observar que casi una tercera parte corresponde al tema de “Cambio climático”, lo cual es indicativo de la atención que pone la prensa local a los fenómenos asociados a las temperaturas de esta región. Es de notar que, siendo el problema de la contaminación ambiental uno de los que ha puesto a Mexicali en las noticias nacionales y binacionales (Martínez, 2019; De León, 2018; James, 2019), la prensa local apenas dedica poco más del 10% de sus notas a ese tema.

Cabe señalar que, si bien los seres humanos se adaptan y transforman el ecosistema que habitan, lo hacen no solamente a través de la puesta en circulación de instrumentos y habilidades técnicas, sino que también utilizan repertorios simbólicos objetivados en prácticas socioculturales que contribuyen a generar nuevos componentes, procesos ecosistémicos y étnicos. Los universos humanos y naturales conforman un todo articulado (Méndez y Padilla, 2006) y sobre esa base hay que explicar los datos del análisis que aquí se presentan.

⁵ El texto en inglés dice: “the mass media set the agenda for each political campaign, influencing the salience of attitudes toward the political issues”.

3.1. El corpus

Para el caso de este trabajo, la población está constituida por los 365 días del año en que se publican los diarios (N=365), y así, la muestra fue calculada con base en Scheaffer *et al.* (1986: 58), con 95% de confianza y 5% de error de estimación, dando como resultado 187 días de cada año (2016 y 2017) en los que se recabaron publicaciones para las categorías que incluye el modelo de análisis que utiliza ObservaFrontera, como son las de temas sociopolíticos, de salud, educativos y socioambientales.

Una vez definidos los temas y los rasgos más importantes que se buscan en la información por analizar, se registraron estos datos en el *software* denominado Laserfiche, propiedad de la UABC. En dicho programa, el analista captura la información elegida de las noticias y, además, incorpora una imagen de la publicación periodística seleccionada. Además, permite crear diferentes archivos, ya sea por año, diario, tema, género periodístico, autor o reportero, las imágenes que se añaden a la publicación, y cualquier otra información que se desee incluir en la base de datos, que se exporta en un formato de hoja Excel.

Para el tema “Socioambiental”, ese registro de notas, artículos, columnas y editoriales de los años 2016 y 2017 está conformada por 467 publicaciones. De ese total, y a fin de analizar cómo los diarios mexicalenses abordan la información relativa al clima, se seleccionó a las publicaciones que tuviesen al frío o al calor como ejes de la información, pues son las más patentes manifestaciones del clima en Mexicali. Asimismo, se descartaron los artículos de opinión, columnas y editoriales, así como los pronósticos del tiempo que diariamente se presentan en forma gráfica y que mencionan únicamente las temperaturas mínima y máxima, nublados o posibles lluvias.

Una vez filtrada la base de datos, se obtuvo un total de 80 textos que hacen alusión al clima en la forma de notas informativas sobre frío o calor, y que constituyen el corpus de este análisis. De ese total, 54 notas (67.5%) corresponden a *La Crónica* y 26 (32.5%) a *La Voz*, en tanto que 45.6% tratan del calor, mientras que 35.4% se refieren al frío.

Cabe aclarar que *La Crónica* publicó en los dos años más notas relativas al clima y también tuvo mayor proporción de notas relativas al calor, a la inversa de lo que ocurrió en el caso de *La Voz*. Por ello, derivado del peso que tiene *La Crónica* en el total de las notas, resulta que las relativas al calor son, a nivel general, las más numerosas.

3.2. El análisis

En cada nota, se mantuvo el registro de los datos básicos como el encabezado, fecha, página y sección, así como el tema general en que se ubica, de acuerdo con los establecidos por ObservaFrontera (estado del tiempo, fenómenos naturales, contaminación, políticas o acciones ambientales, especies animales o vegetales).

Sin embargo, para el análisis que sustenta este trabajo, la categoría eje es la función del personaje, pues es a través de ella que el relato de los medios representa al rol del actor en su medio social. Dicho de otro modo: las funciones que desempeñan los personajes del relato constituyen la manera en que se presenta la acción social que se pone en relación con las normas sociales, en esa mitificación que lleva a cabo la mediación cognitiva (Martín Serrano, 1986).

En el relato de la prensa, un personaje lo es porque, desde la óptica del medio, tiene la capacidad de desempeñar una actividad ejecutora que puede afectar a otros grupos, organizaciones o instituciones (Martín-Serrano, 1986). A partir de esas actividades que desempeña, el relator asigna a cada personaje una función en el relato que, de acuerdo con el modelo canónico de la mediación cognitiva, se resume en cinco tipos:

1. Intérpretes: líderes (héroes y antihéroes) y sus ayudantes (cooperantes, mandatarios y auxiliares del héroe y del antihéroe).
2. Observadores: espectadores del acontecer o de la comunicación y relatores del acontecer o de la comunicación.
3. Destinatarios: de la acción o de la comunicación.
4. Controladores: de la acción o de la comunicación; intervienen en el acontecer (ver Martín-Serrano, 1986: 226).

Así, tomando como base el trabajo de Martín-Serrano (1986), se consideró identificar los siguientes aspectos:

- Personajes que le son asignados al clima (tomando en cuenta que puede ser presentado como varios).
- Tipo de personaje (líder o ayudante, y sus subtipos).
- Cómo se llama el personaje (denominaciones que se le dan al frío y al calor).
- Actividades que se le atribuyen al personaje (acción que se narra que llevó o no llevó a cabo, pues es en la que se identifica la función).
- Quién es el héroe del relato (permite identificar si hay antagonismo con el frío o calor).
- Objetivos del héroe (permite identificar si el frío o el calor afectan su consecución).
- Acciones del personaje del clima en relación con el objetivo del héroe.

Para el análisis de las notas informativas se contó con la colaboración de Daniela Cáñez Acosta y Damaris Magvai Terrazas Gascón, que en 2018-2019 eran estudiantes de licenciatura en ciencias de la comunicación de la Facultad de Ciencias Humanas de la UABC.

4. Resultados

4.1. Tema general de las notas

En la distribución general, el subtema “Estado del tiempo” tiene más de la mitad de las notas sobre calor y frío, mientras que “Fenómenos naturales” tiene poco más de la tercera parte del total. Sin embargo, se observa que las notas relativas al calor son mayoría en los cuatro subtemas (Tabla 1). Esto, como ya se dijo, se deriva de que *La Crónica* es el diario con más publicaciones en el corpus, y es el que dedica más notas al calor, con lo que establece un sesgo. Por eso, conviene analizar la cantidad de notas por subtema en relación con cada uno de los diarios, como se puede apreciar en las Figuras 1 y 2.

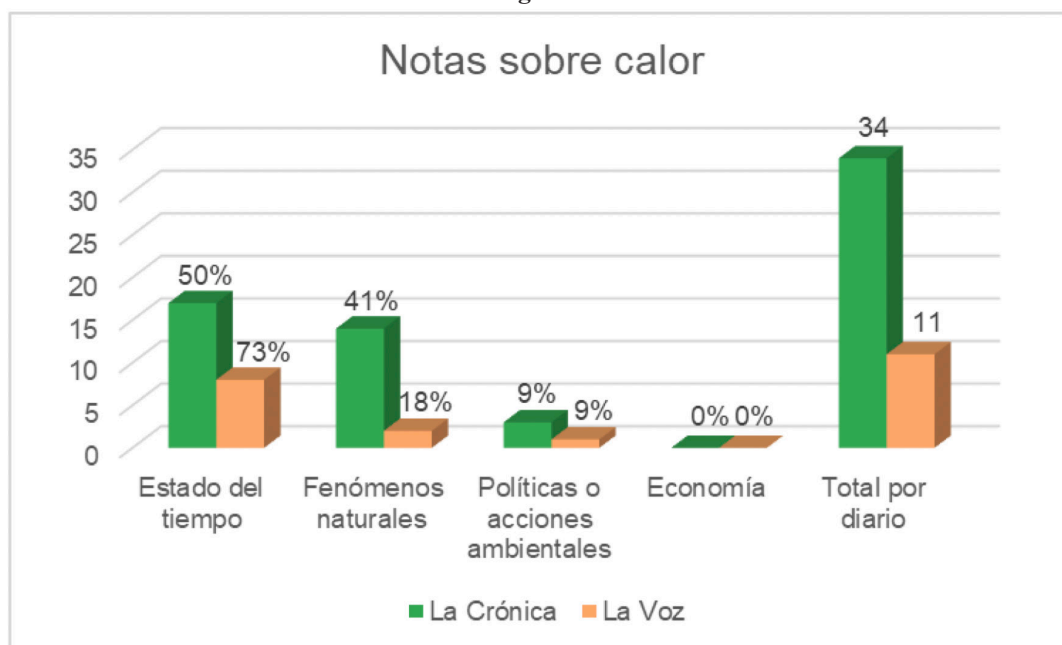
Tabla 1. Tema de las notas. Distribución por subtemas.

| | Estado del tiempo (%) | Fenómenos naturales (%) | Políticas o acciones ambientales (%) | Economía (%) |
|-------|-----------------------|-------------------------|--------------------------------------|--------------|
| Calor | 31.25 | 20 | 5 | 0 |
| Frío | 22.5 | 18.75 | 1.25 | 1.25 |
| Total | 43 | 31 | 5 | 1 |

El análisis por diario (Figura 1) revela similitudes en la jerarquía de subtemas, pero las proporciones son notoriamente diferentes: en *La Crónica*, el 50% de sus notas sobre calor corresponden a “Estado del tiempo”, mientras que en *La Voz* lo son casi tres cuartas partes de sus notas. En el subtema “Fenómenos naturales” se ubican 41% de las notas de *La Crónica*, mientras que en *La Voz* constituyen apenas un 18%. El único subtema en el que coinciden es en el de “Políticas o acciones ambientales”, donde ambos diarios tienen el 9% de sus notas sobre calor.

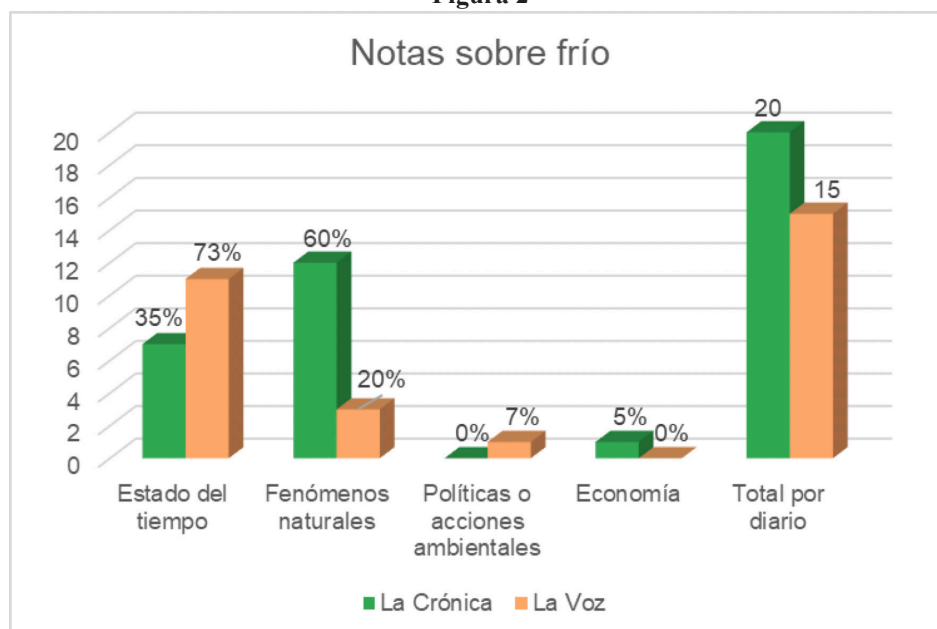
Esta distribución señala que, aun cuando ambos medios suelen construir notas informativas a partir del reporte del estado del tiempo, esta tendencia es mayor en *La Voz*; y, cuando se refiere a elaborar notas con base en la ocurrencia de fenómenos naturales asociados al calor o al frío, es *La Crónica* el diario que lo hace con más frecuencia.

Figura 1



Distribución de notas sobre calor, por diario.

Figura 2



Distribución de notas sobre calor, por diario.

La tendencia del diario *La Crónica* a construir notas a partir de los fenómenos naturales se hace más evidente cuando se trata del frío (Figura 2), pues estas comprenden el 60% del total de las publicaciones, seguidas por las que tienen que ver con el estado del tiempo (35%). Sólo *La Crónica* incluye una nota del subtema económico.

Por su parte, *La Voz* mantiene casi la misma distribución de subtemas en las notas sobre frío, pues las elaboradas a partir del estado del tiempo mantienen igual porcentaje que en el caso del calor (73%); y la diferencia entre las que abordan políticas o acciones ambientales y fenómenos naturales es apenas de 2 puntos.

4.2. Personajes que se asignan al clima

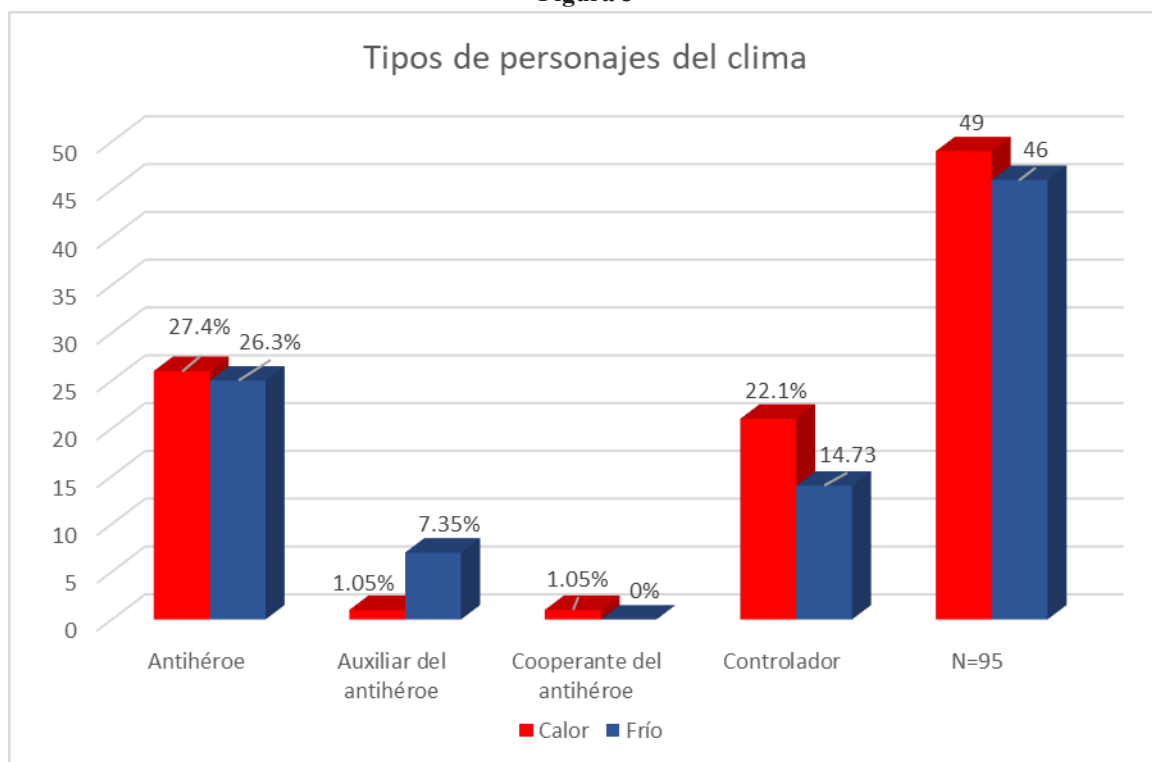
Siendo el interés del trabajo identificar la manera en que el frío y el calor –como manifestaciones del clima– son presentados en tanto personajes, se excluyó el nivel de actuación denominado “de la información”, en el que se ubican los espectadores y los relatores del acontecer. De ese modo: los actores personajes son identificados a partir de las siguientes funciones:

- Intérpretes: que pueden ser líderes (héroes y antihéroes) o ayudantes (cooperantes, mandatarios, auxiliares).
- Destinatarios de la acción: personajes que, según el relato, resultan beneficiarios o damnificados por los actos de los Agentes.
- Controladores de la acción: personajes que se sirven de otros Agentes para controlar el curso de las cosas (Martín Serrano, 1986).

En el sistema referencial (donde ocurre el acontecer del cual dan cuenta los medios) el clima no es en sentido estricto un agente, sino que en el relato se le constituye como un actor-personaje alegórico, al ser inanimado. Ese personaje resulta ser héroe o antihéroe dependiendo de la evaluación que hace el medio a través del relator (periodista que redacta la nota y que expresa en ella un sistema de valores que atañe tanto a lo social como a lo institucional y personal).

Es menester aclarar que en el relato de prensa se le pueden asignar uno o más personajes a un solo agente, de modo que no necesariamente el total de historias coinciden con la cantidad de personajes que se asignan al clima: 95 en el caso de este trabajo, como se muestra en la Figura 3.

Figura 3



Tipos de personajes del clima en los relatos de frío y calor. N=95.

Cabe señalar que, en su análisis, Martín-Serrano (1986) descubrió que los diarios se interesaban más por los héroes que por los antihéroes de la historia narrada (desde la óptica de los medios); sin embargo, en los relatos que aquí se analizan, se observa que predominan los antihéroes y controladores como personajes asignados al clima (53.7% del total de personajes), cuyas acciones afectan a los personajes que representan a los seres vivos (humanos, animales y plantas).

A diferencia de lo que ocurre en el total de notas –donde hay un mayor peso en las que abordan el tema del calor–, cuando se trata de analizar la distribución de los personajes se observa que los antihéroes tienen un peso muy similar (27.4% para el calor y 26.3% para el frío), no así en el caso del clima como controlador, donde este personaje que obstaculiza las acciones humanas es mayor en los relatos sobre calor (22.1%) que en los del frío (14.73%).

Por lo que se refiere al frío como auxiliar del antihéroe, los casos identificados corresponden a relatos donde las bajas temperaturas acompañan a fenómenos como lluvias y tormentas invernales o, a la inversa, donde las lluvias heladas acompañan a frentes fríos. Al parecer, para los medios cuyas notas se analizan, el antihéroe “calor” no necesita auxiliares para afectar a humanos y animales.

La preferencia por asignar al clima personajes que antagonizan con los seres humanos y animales indica que la estructura narrativa en los diarios mexicalenses mantiene la dicotomía tradicional de “los *buenos* contra los *malos*”, siendo el frío o el calor *el malo* del relato, de modo que un aspecto del medio ambiente con el que los humanos tienen contacto cotidiano es reiteradamente presentado como negativo.

Estos resultados son pertinentes a la luz del imaginario social que prevalece en esta región desértica, en la que se exalta el valor de hombres y mujeres pioneros y valientes, fundadores de una urbe y un valle agrícola en medio de una zona árida. Estas construcciones simbólicas se han conformado a lo largo de la historia con el concurso de múltiples relatos emanados de la música popular vernácula, de la literatura, el cine, las artes plásticas y, por supuesto, de la narrativa periodística que describe con un carácter de triunfadores a quienes –en una lucha imaginada y construida discursivamente– lograron vencer al desierto y, verano tras verano, logran refrendar ese rasgo de orgullo regional.

4.3. Denominaciones de los personajes asignados al clima

Existe un predominio de ciertos términos para referirse ya sea al calor como “altas temperaturas” o simplemente como “calor” o “golpe de calor”, mientras que al frío se le denomina como “frente(s) frío(s)” o “bajas temperaturas” (Tabla 2) que, aunque son términos aparentemente neutrales y técnicos para referirse a las condiciones climáticas, en el contexto de las historias periodísticas tienen predominantemente una connotación negativa, pues el relator le asignó al clima personajes en condición de antihéroes o controladores de las acciones

de los seres vivos, que llevan a cabo actividades que dañan o afectan en su vida a estos últimos, situación que se muestra más claramente en el siguiente apartado.

Tabla 2. Denominación de los personajes en los relatos.

| Historias de calor | | | Historias de frío | | |
|---|-----------|------------|---|-----------|------------|
| Nombre | Cant. | % | Nombre | Cant. | % |
| Altas temperaturas | 12 | 24.5 | Frente(s) frío(s) | 14 | 30.4 |
| Calor, golpe de calor | 9 | 18.4 | Bajas temperaturas, temperatura bajo cero | 10 | 21.7 |
| Temperatura | 4 | 8.2 | Nevada, ligera nevada | 6 | 13.0 |
| Temporada de calor/verano | 4 | 8.2 | Frío | 5 | 10.9 |
| Calor excesivo/intenso | 3 | 6.1 | Tormenta invernal | 3 | 6.5 |
| Ola de calor/onda cálida | 3 | 6.1 | Masa de aire frío, aire frío | 2 | 4.3 |
| Alza/aumento/incremento en la temperatura | 3 | 6.1 | Nieve | 2 | 4.3 |
| Inclemencias del tiempo/ clima | 3 | 6.1 | Lluvia(s) | 1 | 2.2 |
| Sistema de alta presión | 3 | 6.1 | Descenso de temperatura | 1 | 2.2 |
| Cambios de clima/cambio climático | 2 | 4.1 | Mal tiempo | 1 | 2.2 |
| Rayos solares | 1 | 2.0 | | | |
| Temperatura extrema | 1 | 2.0 | | | |
| Desierto | 1 | 2.0 | | | |
| Total | 49 | 100 | Total | 46 | 100 |

4.4. Actividades que desempeña el personaje del clima

Es en las actividades que llevan a cabo los personajes donde se termina de evidenciar la mediación que realizan los diarios, y que la Tabla 3 permite describir para entender que la mayor parte de lo “que hace” el clima, ya sea como intérprete (antihéroe, auxiliar del antihéroe, cooperante del antihéroe) o controlador de la acción, resulta en afectaciones negativas y hasta fatales para los seres humanos o los animales (90.8% del total de acciones).

Junto con lo anterior, cuando al clima se le asigna el personaje de controlador de la acción –que podría favorecer la actividad humana– es presentado casi siempre como un interventor que obstaculiza el buen desarrollo de la vida social.

Así, al clima (frío o calor) como controlador, en apenas en cuatro casos (4.08% del total) se le muestra con una función neutral, al no provocar daños o cierre carretero; y únicamente una vez (1.02%) se presenta como interventor favorable a los comerciantes de Mexicali, pues con temperaturas más agradables la gente sale a hacer compras. No hay menciones a que el calor favorece la diversión en albercas, como tampoco se encontraron notas donde el frío diese la oportunidad de llevar a cabo actividades en exteriores.

Tabla 3. Actividades de los personajes.

| Tipo de personaje | Intérpretes | | | Controlador | Total | % |
|---|-------------|------|-------|-------------|-------|-------|
| | Anti-héroe | Aux. | Coop. | | | |
| Qué hace el personaje | | | | | | |
| Afecta a las personas o su salud, causa padecimientos, golpe de calor, etc. | 12 | 2 | | 1 | 15 | 15.31 |
| Provoca o acompaña otros fenómenos naturales | 8 | 4 | | | 12 | 12.24 |
| Hace que se hagan recomendaciones o se tomen precauciones, que se encienda el aire acondicionado. | | | | 12 | 12 | 12.24 |
| Causa cambio (alza o baja) en la temperatura | 11 | | | | 11 | 11.22 |
| Pone en riesgo la salud, la integridad física o la vida humana | 5 | 1 | | 2 | 8 | 8.16 |
| Provoca fallecimientos | 7 | | | | 7 | 7.14 |
| Causa deshidratación | 4 | | | 3 | 7 | 7.14 |
| Causar emergencias, rescates o necesidad de refugio | 3 | | | 2 | 5 | 5.10 |

| | | | | | | |
|---|-----------|----------|----------|-----------|-----------|-------------|
| Evita que se puedan realizar diversas actividades | | | 4 | 4 | 4.08 | |
| Provoca cierre carretero, afecta la circulación de autos | 3 | | 1 | 4 | 4.08 | |
| No provoca cierre, muerte, daño o necesidad de refugio | | | 4 | 4 | 4.08 | |
| No especificado | | | | 4 | 4.08 | |
| Causa severos efectos o estragos en Mexicali | 1 | 1 | | 2 | 2.04 | |
| Provoca la muerte de mascotas o hace que estas se sientan mal | 1 | 1 | | 2 | 2.04 | |
| Favorece la economía | | | 1 | 1 | 1.02 | |
| Totales | 55 | 8 | 1 | 30 | 98 | 100% |

4.5. Los héroes de los relatos

Contrario a lo descubierto por Martín-Serrano (1986, 2017) en su investigación, donde el énfasis de las historias está en los héroes del relato, las narrativas de los diarios mexicalenses muestran un marcado énfasis en los personajes “negativos” que se le asignan al clima, lo cual se hace patente por el reducido número de héroes en comparación con los antihéroes, sus auxiliares, cooperantes y los controladores que bloquean los esfuerzos humanos.

Restando al total de 95 personajes aquellos que desempeñan una actividad neutral o favorable a los humanos (5), así como los casos en donde no se especifica acción alguna (4), se tiene que, ante 64 héroes que aparecen en las notas revisadas, hay 86 personajes antagonistas, lo que nos establece un 34% más de personajes “negativos” que de “positivos” (desde la óptica del relator).

Los héroes más mencionados son: la Unidad Municipal o Estatal de Protección Civil (23.4%), los ciudadanos mexicalenses o las familias mexicalenses (20.3%), instituciones del área de salud o sus miembros (14.1%), grupos de rescate (10.9%), el Servicio Meteorológico Nacional o su homólogo de EUA, el *National Weather Service* (10.9%), los albergues oficiales a cargo del Estado (7.8%), la policía o “las autoridades” en abstracto (4.7%), bomberos (3.1%) y, con 1.6% de participación cada uno, el Centro Municipal de Control Animal, el Fideicomiso de la Autopista La Rumorosa, y el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación.

4.6. Acciones del personaje del clima en relación con el objetivo del héroe

Manuel Martín-Serrano (1986: 330) clasifica los objetivos del héroe en cinco categorías: satisfacción de necesidades (vida, placer, amor), adaptación [social], expansión creadora, poder, e interiorización de las normas. Para el caso de las notas revisadas, se estableció que los objetivos del héroe se refieren a la satisfacción de necesidades vitales (vida, placer, amor), pues se trata de relatos de sobrevivencia ante condiciones climáticas extremas.

Ante ese objetivo de mantener la vida, los personajes que se le asignan al frío o al calor presentan asimismo un propósito que orienta sus acciones, el cual puede enunciarse de manera explícita (por ejemplo, cuando se narra que el intenso calor provoca afectaciones que requieren atención médica de urgencia) o bien, se expresan implícitamente en el texto (como cuando se emite una alerta por una posible nevada y se pide mucha precaución al viajar por carretera).

En las notas analizadas, de 91 acciones que se identificaron, el 64.83% de los casos muestran que el antihéroe y sus colaboradores –explícita o implícitamente– buscan impedir el objetivo vital del héroe de la historia; y aun los personajes interventores actúan de modo similar en 33% de los relatos.

De acuerdo con Martín-Serrano (1986), el hecho de que los objetivos de los personajes sean silenciados por quien narra la historia se debe a tres razones principalmente: 1) es tal el número de personajes pasivos y secundarios, que sus objetivos no resultan de interés para el relator; 2) el relato incluye un buen número de personajes que aparecen como antagonistas, de modo que sus objetivos son silenciados para subrayar el carácter arbitrario e inaceptable de su comportamiento; y 3) se intenta dar una aparente neutralidad a la información sobre el acontecer.

En este trabajo se observó que, cuando se trata de relatos contruidos a partir de reportes de estado del tiempo, en muchos casos se pretende conservar la aparente neutralidad al mencionar las futuras condiciones climáticas. En cambio, cuando se trata de fenómenos naturales que ya ocurrieron, se presenta el caso 2), donde el relato hace énfasis en el antagonismo entre el frío/calor y el resto de los personajes, silenciando el propósito de los antihéroes en poco más de la mitad de los casos (52.75% de las acciones), pero dejándolo implícito en la narración.

4.7. Representaciones mediáticas del clima

Con base en los datos presentados, es claro que las representaciones que ofrecen los dos diarios mexicalenses se construyen en torno al clima como un enemigo que busca afectar a los seres humanos, y podrían expresarse del modo siguiente:

En Mexicali, Baja California, sus habitantes se esfuerzan por sobrevivir y salir adelante, pero están constantemente amenazados por el clima que los ataca, les daña o provoca enfermedades y hasta la muerte.

El clima, a veces extremadamente frío, provoca nevadas que frecuentemente se hacen acompañar de lluvias y es un peligro para quienes viajan en carretera, además de que atormenta a las familias de escasos recursos y animalitos que no pueden protegerse de las bajas temperaturas. En otras ocasiones, cuando se manifiesta como calor, ese mismo clima golpea tan fuerte que provoca severos padecimientos y puede llevar a la muerte debido a la deshidratación.

El desarrollo tecnológico –sistemas de refrigeración y calefacción– ha permitido que muchos hogares y espacios de uso colectivo (centros comerciales, escuelas, sector maquilador, industrias, comercios) de Mexicali hayan “domado” las condiciones climatológicas, acentuando una vida de interiores que caracteriza a esta región. No obstante, la condición de frontera genera un flujo constante de población flotante que deambula en los espacios públicos abiertos y sufre las condiciones adversas del ambiente.

En su lucha contra el clima, las autoridades de salud, los servicios de rescate, organismos de la sociedad civil y diversas dependencias de los gobiernos estatal y municipal son los principales aliados de los mexicalenses, verdaderos héroes que soportan estas condiciones extremas de un medio ambiente hostil.

Sin embargo, en esos relatos hay dos grandes ausencias: por una parte, la que se refiere a mencionar la condición desértica de nuestro entorno, como si fuese un estigma que no conviene recordar o un hecho que por obvio no es necesario reiterar; y, por otra, la relativa a decir cómo aprovechar esa condición desértica para buscar maneras de adaptarnos y lograr una mejor vida. Por ejemplo, son escasas las notas que aborden la oportunidad que ofrece el calor para actividades acuáticas de esparcimiento, o las que señalen cómo aprovechar el clima frío que permite gozar de los exteriores cuando se utiliza la indumentaria adecuada.

5. Conclusiones

Ante la necesidad de valorar y cuidar el medio ambiente, los relatos analizados reproducen normas y valores sociales que están perdiendo vigencia en el sistema social contemporáneo, y ello reafirma lo propuesto por Martín-Serrano (1986) respecto de que un cambio en el sistema social no necesariamente se refleja en el sistema de comunicación. Ambos sistemas cambian a ritmos diferentes, a partir de sus propias condiciones.

Las historias analizadas muestran al medio ambiente como personaje negativo cuando se presenta como clima, que daña a los seres humanos y hasta a los animales, empeñado en evitar que puedan alcanzar la satisfacción de sus necesidades vitales. La alta o baja temperatura ambiente, ya sea nombrada de ese modo o como “calor” o “frente frío”, es casi siempre el antihéroe, y no un elemento de nuestro entorno con el cual se puede aprender a coexistir.

La realidad de vivir en un desierto con temperaturas extremas es soslayada en los relatos y la representación mediática del entorno mexicalense se aferra a ser la de una ciudad de clima templado, cuando no lo es.

Entonces, por una parte, los diarios sostienen en sus otras secciones, relatos que abordan el cambio climático y llaman a cuidar el medio ambiente, a través de historias de contaminación, reforestación y reciclaje; pero, por otra parte, ese mismo medio ambiente es presentado como el antagonista de los héroes humanos, que mata, enferma y ocasiona padecimientos a las personas.

Con un discurso ambivalente, que enfatiza en el tono dramático de las historias sobre el clima, los diarios analizados refuerzan una representación no sólo sobre las dificultades de vivir en esta árida región, sino sobre el medio ambiente como verdugo de los seres vivos y, a la vez, contribuyen a reforzar el imaginario social conocido por quienes vivimos en Mexicali, acerca de que los habitantes de esta ciudad son vencedores del desierto, o sobre el carácter de hombres y mujeres que saben sobreponerse a las adversidades del clima extremo, rasgo que los distingue e identifica frente a otros grupos sociales. Por ejemplo, los diferencia de quienes viven en la zona de la costa, otorgando elementos de identidad y orgullo local.

Así, en lugar de buscar el ajuste entre el acontecer relativo al medio ambiente y el sistema de representaciones de los mexicalenses –que daría cumplimiento a la mediación cognitiva–, los diarios analizados se empeñan en promover el antagonismo respecto del entorno y exaltar la gesta heroica de quienes –como dice la canción regional *El cachanilla*– nacieron “bajo un sol abrasador”.

6. Bibliografía

- Araya, S. (2002). *Las representaciones sociales: Ejes teóricos para su discusión*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Banchs, M. A. (1986). Concepto de Representaciones Sociales: Análisis comparativo. *Revista Costarricense de Psicología*, núms. 8-9, pp. 27-40. <http://rcps-cr.org/wp-content/uploads/2016/05/1986.pdf>
- Beck, H., Zimmermann, N., McVicar, T., Vergopolan, N., Berg, A. y Wood, E. (2018): "Present and future Köppen-Geiger climate classification maps at 1-km resolution", *Scientific Data*, n° 5, pp. 1-12. DOI: <https://doi.org/10.1038/sdata.2018.214>
- Comisión Nacional del Agua (Conagua). (2020): "Normales climatológicas por estado (1951-2010). Baja California. Mexicali". Disponible en <https://bit.ly/3rAp5T9>. Consultado el 13 de noviembre de 2020.
- De León, N. (2018, 21 de diciembre): "Es Mexicali la séptima ciudad más contaminada de América", *El Imparcial* [digital]. Disponible en <https://bit.ly/3fqWsoI>. Consultado el 13 de noviembre de 2020.
- Durkheim, É. (2006). *Sociología y filosofía*. Granada: Comares.
- Giménez, G. (2005): "La interiorización y objetivación de la cultura", en Giménez, G., *Teoría y análisis de la cultura. Volumen uno*, México: Conaculta-Icoyult, p. 411.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2020): "Cuéntame de México. Baja California. Clima". Disponible en <https://bit.ly/3m22LRb>. Consultado el 11 de noviembre de 2020.
- James, I. (2019, enero 15): "This city's air is killing people. Who will stop it?", *The Desert Sun*. Disponible en <https://bit.ly/3czluzi>. Consultado el 13 de noviembre de 2020.
- Jodelet, D. (1984). *La representación social: fenómenos, conceptos y teoría*, en Moscovici, S. (comp.), *Psicología social*. Barcelona: Paidós, pp. 469-494.
- Martín-Serrano, M. (1986): *La producción social de comunicación*. Madrid: Alianza Editorial.
- Martín-Serrano, M. (2017): *La producción social de comunicación*. 3ª edición, 4ª reimpresión. Madrid: Alianza Editorial.
- Martín-Serrano, M. y Velarde, H. (2015): "La mediación comunicativa de las identidades individuales y colectivas", *Revista Latina de Comunicación Social*, n° 70, pp. 552-565. DOI: <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2015-1059>
- Martínez, L. (2019, 12 de marzo): "Mexicali, la urbe más contaminada del país y de Norteamérica", *El Economista* [digital]. Disponible en <https://bit.ly/3rAs4ee>. Consultado el 11 de noviembre de 2020.
- Materán, A. (2008). Las representaciones sociales: un referente teórico para la investigación educativa. *Geoenseñanza*. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36021230010>
- McCombs, M. E. & Shaw, D.L. (1972): "The agenda-setting function of mass media", *Public Opinion Quarterly*, n° 36, pp. 176-187.
- Méndez, H. y Padilla, A. (2006). Comportamiento humano y cultura el desierto. En *Estudios del desierto* (pp. 53-63). Mexicali: UABC.
- Milenio digital. (2019, 18 de marzo): "Las 10 ciudades más calurosas del mundo. México está en la lista". Disponible en <https://bit.ly/3w8EXQ1>. Consultado el 11 de noviembre de 2020.
- Mora, M. (2002). *La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici*. Athenea Digital.
- Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Huemul.
- Ocho TV. (2018): "Las ciudades más calientes del mundo". Disponible en <https://bit.ly/3rBigkb>. Consultado el 11 de noviembre de 2020.
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (2015, 12 de diciembre). Acuerdo de París. Disponible en: https://unfccc.int/sites/default/files/spanish_paris_agreement.pdf
- Robles, M., León, C. y Téllez, M. (1991): "El marco geográfico", en Martínez, J. y Romero, L. (Coords.), *Mexicali: Una historia*. Mexicali: UABC, pp. 3-15.
- Rogers, E.M. y Martin, S.E. (1988): "Agenda setting research: where has it been? Where is it going?", en J.A. Anderson, *Communication Yearbook 11*. Newbury Park, Cal.: Sage, pp. 555-594.
- Scheufele, D.A. (2009): "Agenda-setting, priming, and framing revisited: Another look at cognitive effects of political communication", *Mass Communication & Society*, vol. 3, n° 2-3, pp. 297-316. DOI: https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0323_07
- Thompson, J. B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Velarde, O. y Bernete, F. (2016). La producción social de comunicación cuando el mundo se globaliza. *JANUS.NET e-journal of International Relations*, núm. 7 vol 2, pp. 90-103. <http://hdl.handle.net/11144/2785>

