

La importancia de construir un relato comunicativo



Hablemos sobre... la comunicación y la movilización en la evaluación educativa

Como se ha explicado, estas Pautas proponen comunicar y movilizar para que los usuarios de la evaluación y todos los actores educativos se informen y definan estrategias de mejora en favor de una educación de calidad con equidad. Pero, para llevar a cabo un buen proceso, es necesario tener presentes los retos de las instancias educativas frente al uso y la difusión de la información:

- Falta de visión estratégica sobre el rol de la evaluación y su impacto sobre el sistema educativo.
- Convicción de que el evaluar producirá mejoras automáticamente.
- Creencia de que todos los actores educativos comprenderán y utilizarán los resultados.
- Considerar que la meta es solamente producir datos e información sin análisis
- Desconocer que no existen muchas audiencias en condiciones de entender y utilizar la información, por lo cual es necesario desarrollar programas de formación.
- Falta de una definición clara de las audiencias a las que se desea y debe llegar.
- Poca claridad en los contenidos y mensajes que se quiere difundir.
- Falta de planificación en los tipos de productos de difusión apropiados en cada caso.
- Producir materiales técnicos pensados desde la perspectiva de los especialistas en evaluación, sin tomar en cuenta las demandas y preocupaciones de las audiencias.
- Ausencia de un esquema de seguimiento que permita conocer el grado de comprensión y uso que los públicos hacen de la información recibida.
- Concebir la labor de evaluación como de información pública.
- Dar independencia a las áreas de evaluación en la difusión de los resultados.
- Difundir la existencia de las áreas o instancias de evaluación como instancias que informan, de manera constante, sobre el estado del sistema educativo y de los aprendizajes de los estudiantes.

- Debilidad en las relaciones con los medios de comunicación (McLauchlan en Martín y Martínez, 2008).

Por lo anterior, se debe recordar que, en el caso de la evaluación educativa, no existe una sola demanda de información ni un instrumento de comunicación único. Existen tantas demandas y medios como usuarios. Cada uno tiene necesidades informativas distintas. Pero siempre que se habla de comunicación se aborda un proceso que involucra:

Emisor: la persona o institución que entrega información.

Canal: el medio es el instrumento que se emplea para transmitir el mensaje.

Usuario: la persona o institución que recibe y usa la información.

Retroalimentación: Respuesta del usuario tras recibir y procesar el mensaje.

Esto significa que siempre deben contemplarse los siguientes puntos:

1. Las características del público al cual dirigiremos el mensaje: costumbres de lectura, acceso a la información, sociales, principales intereses.
2. La forma más adecuada para dirigirnos a este público: impresos o publicaciones periódicas; medios audiovisuales; radio o perifoneo; medios digitales y redes sociales, a través de la prensa y los medios de comunicación (radio y televisión), o de manera directa.
3. El tipo de lenguaje más adecuado, de acuerdo con el perfil cultural, social y educativo del público que tenemos en mente.

Debemos, entonces, tomar en cuenta el medio (canal) más útil para difundir el mensaje que hemos definido, considerando que hoy no existe un “público unificado”. Si hace dos décadas se hablaba de medios masivos de comunicación y de una masa (público) receptor, hoy debemos entender que lo que decimos, escribimos y difundimos va hacia una sociedad de la información y del conocimiento de la cual, nosotros también formamos parte.

Recordemos que, como expresó Roberto Carneiro (2012):

Las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) son la palanca principal de transformaciones sin precedentes en el mundo contemporáneo. Ninguna otra tecnología originó tan grandes mutaciones en la sociedad, en la cultura y en la economía. La humanidad viene alterando significativamente los modos de comunicar, de

entretener, de trabajar, de negociar, de gobernar y de socializar, sobre la base de la difusión y uso de las TIC a escala global. Los comportamientos personales, las nuevas tecnologías vienen revolucionando además las percepciones del tiempo y del espacio; a su vez, Internet se revela intensamente social, desencadenando ondas de choque en el modo como las personas interactúan entre sí a una escala planetaria (Carneiro, Toscano y Díaz, 2012).

¿Cómo se define la estrategia de comunicación?

En general, una estrategia comunicativa considera varios medios que interactúan con el público usuario de manera simultánea. Por ejemplo: anunciar un programa educativo públicamente, desglosar sus objetivos y componentes en folletos y publicaciones periódicas, difundir virtudes específicas en redes sociales, visitar medios de comunicación para explicar a fondo, generar boletines por temas, emitir comunicados para públicos especiales y producir videos divulgativos.

Sin embargo, una estrategia como esta no es suficiente cuando buscamos que los usuarios de la información se apropien del mensaje y contribuyan a que el programa planteado se lleve a cabo de la mejor forma y logre, a lo largo del tiempo, un beneficio para la escuela o la comunidad para la cual fue pensado. En ese caso, la comunicación debe acompañarse de movilización.

José Bernardo Toro (2001) explica que movilizar es generar un movimiento en una red de participantes:

El logro de metas externas, de cada miembro y del conjunto, requiere la *movilización* de las organizaciones de la sociedad civil hacia el logro de metas comunes para la sociedad. Aquí se entiende por *movilización* la *convocación de voluntades y/o decisiones institucionales* hacia el logro de metas comunes y compartidas públicamente. Para ello:

- Las metas de cada miembro de la red deben ser significativas dentro del conjunto, y cada uno debe poder valorar el significado de las metas de los otros.
- En muchas ocasiones, el logro de las metas globales sostenibles requiere la participación activa, en el escenario, de organizaciones más débiles. La gestión aquí supone ir creando condiciones para que las metas de las organizaciones más débiles y del conjunto se puedan lograr, fortaleciendo la formación de *líderes*, los niveles de negociación de sus intereses, la capacidad de manejar información del entorno, fortaleciendo sus relaciones con actores estratégicos.

Así, la gestión de una red implica, al mismo tiempo, buscar cumplir las metas; pero, sobre todo, crear un entorno estable en el cual se puedan lograr" (Toro, 2001).

¿En qué debe pensarse antes de comunicar para movilizar?

Por ejemplo, supongamos que se ha elegido comunicar mediante un informe. Habrá que tomar en cuenta lo siguiente:

- **¿Quién?** Es necesario entender a la comunidad de tus usuarios. Escribir sobre lo que les interesa y explicar quién o quiénes están involucrados en lo que se va a contar.
- **¿Qué hace diferente la información que darás a tu público?** El informe es sólo uno de los muchos vehículos que ellos tienen para recibir información. Es importante incluir información clave, que responda claramente al principal interés de los lectores. ¿Por qué deberían estar interesados en leer?
- **¿Cuándo es conveniente informar?** La respuesta del lector depende de la claridad de la información, la adecuada temporalidad y su utilidad para tomar decisiones. Así como es crucial enterarse de las noticias de primera mano, es importante que el informe proporcione datos oportunos y exclusivos.
- **¿Dónde se sitúa la información que otorgas al usuario?** ¿es nacional, estatal, local o internacional? ¿Se refiere a una escuela, a una zona, a una demarcación o a un nivel? ¿Es presupuestal, estadística, legal o de política pública? El lector necesita sentirse ubicado en el tiempo y espacio, eso le ayuda a tomar decisiones.
- **¿Por qué es importante que el usuario sepa lo que dice el informe?** ¿Cuáles son los datos clave para él? ¿Qué riesgos evita con la lectura? ¿Qué oportunidades-beneficios recibirá?
- **¿Cómo se debe informar?** ¿Qué forma tendrá el informe? ¿Cómo será visualmente? ¿Cómo es que acostumbran informarse los usuarios? ¿Qué tipo de soporte se utilizará y por qué? Pero, además: ¿Cómo es que el lector puede usar la información recibida? ¿En qué tipo de decisiones?, ¿en qué momentos?, ¿de qué forma puede él comunicar esa información a otras personas? (Buttry, 2011).

¿Cómo vincular la información de los PEEME con las necesidades de los usuarios?

En el marco de una comunicación que comunique temas relacionados con los Programas Estatales de Evaluación Educativa (PEEME), debemos tomar en cuenta que nuestros usuarios tienen algo en común: la escuela y su dinámica (ver tabla 9).

- a) Las autoridades educativas federales, estatales y municipales se encargan de proveer las condiciones para que el proceso educativo se lleve a cabo adecuadamente.
- b) El poder legislativo federal y las legislaturas estatales tienen la facultad de establecer un marco jurídico adecuado y asignar recursos para lograr una educación de calidad.
- c) Los supervisores y directores de escuelas gestionan los recursos mediante el liderazgo y el trabajo en equipo para coordinar las escuelas que tienen a su cargo.
- d) Los maestros y los dirigentes de los organismos que los representan son los responsables de la operación escolar.
- e) Los académicos e investigadores abordan el tema de la educación y pueden aportar en el diseño de políticas educativas efectivas y en un adecuado sistema de evaluación.
- f) Los miembros de los equipos que trabajan en la construcción y puesta en marcha de la Política Nacional de Evaluación de la Educación requieren información que les permita efectuar los diagnósticos a partir de los cuales se proponen proyectos de mejora educativa.
- g) Los alumnos reciben los esfuerzos de todos los actores para que su derecho a la educación de calidad sea una realidad.
- h) Los padres y las madres de familia que apoyan a los alumnos y al equipo docente.
- i) Los medios de comunicación que colaboran en la comprensión y difusión de la evaluación educativa.
- j) Las organizaciones no gubernamentales que aportan en la construcción de un sistema educativo mediante acciones de seguimiento a los compromisos que establecen las autoridades y la generación de información relativa a la educación.

Con este contexto, es posible hacer un análisis de tres vertientes:

Tabla 9. Parrilla para vincular la información de los PEEME con las necesidades de los usuarios

Pregunta	Identifica	Define
¿Qué busca específicamente este PEEME?	¿Qué tipo de actores necesito que participen?	¿Qué sucede si sólo los informo?
¿Qué brechas identifica?	¿A quiénes es necesario informar?	¿Necesito también convocarlos?
¿Cuáles propone cerrar?	¿Qué necesito de cada usuario?	Además de informarlos, ¿necesito que recuerden, que actúen, que decidan, que diseñen, que comuniquen y convoquen a otros?
¿Cuáles y cuántos son sus PROEME?	¿Cómo es cada público?	¿Por qué necesito que eso suceda?
¿Qué necesidades específicas necesitan ser cubiertas y/o cumplidas para que estos PROEME funcionen?	¿Cuáles son sus intereses, sus tiempos, sus actividades, sus prioridades?	¿Qué espero que pase si logro convocarlos y movilizarlos?
¿Son económicas, informativas, son de participación o de formación?	¿Qué tipo de lenguaje y mensaje convendría utilizar?	
	¿Qué mecanismos, productos o estrategias serían las más útiles para comunicarme con cada actor?	

Fuente: Elaboración propia UNPE INEE.

Una vez identificado el usuario y el tipo de participación, es necesario establecer las estrategias de comunicación, información y mensajes acordes con cada grupo.

Así, tras la publicación de los resultados de cada evaluación por parte del área responsable, hay que revisar los informes y los documentos que ésta genera para comunicar los datos necesarios.

Si bien se pueden utilizar términos técnicos cuando se trate de un usuario académico o especializado, debe prevalecer la sencillez y la claridad al construir el relato comunicativo que convoque y active.

¿Qué es un relato comunicativo?

De acuerdo con D'Adamo, O. y García Beaudoux (2014), un relato comunicativo:

Es una estrategia de comunicación que cumple la función de transmitir valores, objetivos y de construir una cierta identidad. Se trata de articular una historia persuasiva que se transforma en un poderoso instrumento de comunicación. [...] El relato político es casi lo opuesto a transmitir datos. Se trata, por el contrario, de una historia que moviliza, seduce, evoca y compromete mediante la activación de los sentidos y las emociones. Les confiere a las personas una identidad al decirles quiénes son, define sus objetivos, les presta una imagen de lo que quieren ser, les indica el camino para

lograr el cumplimiento de esas aspiraciones, así como también les propone una cierta visión con un sesgo conveniente del pasado y del futuro. Llega incluso a incentivar acciones políticas concretas y efectivas en sus adherentes, por ejemplo, la participación política de los ciudadanos mediante determinadas modalidades, tanto para manifestar apoyo como para protestar

El relato comunicativo puede compartir, por ejemplo, un *sentido de nación*: el país que deseamos construir a través de la educación.

En este sentido, es oportuno conocer el trabajo de Fundación Social-José Bernardo Toro sobre *El movilizar y el sentido de nación: el lenguaje de la movilización social*, en el que se asegura que “la creación, transformación y difusión de sentidos y significados es la tarea de la comunicación y la movilización social”. Lo que se “entiende como la convocación de voluntades para actuar en la búsqueda de un propósito común bajo una interpretación y un sentido compartidos”.

Este modelo, llamado “de comunicación macrointencional”, tiene como propósito “ofrecer a políticos, administradores públicos y líderes sociales un conjunto de criterios y comprensiones útiles para la orientación y toma de decisiones que requieren los proyectos de desarrollo y de reformas en nuestros países”. Por ello, se ha utilizado en casos que hoy son referentes:

- Brasil: Reforma Educativa del Estado de Minas Gerais (1990).
- Colombia: para movilizar 20.000 escuelas de educación básica y a sus educadores hacia la toma de un conjunto de decisiones para mejorar el rendimiento educativo. (1986 y 1994).
- Colombia: Plan de Incentivos a los Educadores y reconstrucción del Eje Cafetero (1999).

En términos específicos, lo que se busca es compartir un sentido de nación, reforzar un proyecto político, colectivizar una propuesta de cambio y ofrecer una promesa sobre la cual participamos todos. Por ejemplo: “Primero mi primaria (Colombia, 1990)” / “Hacia un país de lectores” (México, 2000) / “Todos con los niños y niñas de Oaxaca” (UNICEF México, 2011).

Como explica José Bernardo Toro (2001): “Por ser una *convocación* es un acto de *libertad*. Por ser una convocación de *voluntades* es un acto de *pasión*. Al convocar voluntades en torno a un *propósito común*, es un acto *público* y de *participación*”.

Dicho de otro modo, más que obligar, reúne voluntades. Su lenguaje apela al bienestar común, al sentido de país. Tiene un *imaginario* (¿qué queremos llegar a ser?) y *reeditores* (líderes que se suman, comunican el sentido de nación y van sumando a otros). Por ello, por la suma, el lector-público es un reeditor (Toro y Rodríguez, 2001; Toro, 1999).

En el caso de México, podríamos decir que el sentido de nación está definido en el artículo tercero constitucional, porque enuncia un anhelo: la calidad en la educación obligatoria garantizada por el Estado a través de:

- Materiales y métodos educativos
- Organización escolar
- Infraestructura educativa
- Idoneidad de docentes y directivos

Entonces, por ejemplo, el relato podría decir: “Todos los mexicanos, en todas las esferas y ámbitos de acción, trabajamos para garantizar el derecho a la educación de nuestros niños porque queremos se conviertan en ciudadanos que logren su autorrealización gracias al aprendizaje constante”.

¿Cuáles son las 10 fases para el diseño de la estrategia de comunicación?

Imaginemos que el INEE publicará unas directrices para la mejora de la educación. El diseño de la estrategia de comunicación podría ser la siguiente.

1. Enunciar con claridad los propósitos de la estrategia

- Explicar y socializar el concepto de directrices.
- Posicionar el concepto, sentido y beneficios para la educación de las directrices que emite el INEE.
- A partir del concepto, generar una imagen positiva del INEE y de las directrices.
- Señalar que para su atención y cumplimiento el INEE se compromete a acompañar a la autoridad educativa y a los diversos actores educativos relacionados con su implementación.
- Movilizar acciones y voluntades en favor de las rutas de mejora que marcan las directrices.

2. Identificar los retos de la comunicación

- Establecer lo que es una directriz: es una recomendación de política, que busca orientar la toma de decisiones en materia de política educativa, a partir del análisis de la situación educativa, de la valoración de los alcances y déficits de lo que se ha hecho.
- Posicionar que la fuerza de una directriz está en su fundamentación,

en su proceso de construcción, pero también, y muy importante, en su comunicación: su atención y cumplimiento depende de los aliados que sume en su proceso de construcción y socialización.

- Comunicar que las Directrices contribuyen al uso y difusión de la evaluación para la mejora: las Directrices buscan que el otro se apropie y asuma una postura en torno al proceso mismo y a la institución que lo impulsa.

Frente a esta visión, debe plantearse una comunicación estructurada que contemple voceros y, principalmente, un *relato comunicativo* que dé congruencia a toda la difusión.

3. Establecer las ramas de la estrategia

1. **Permanente:** dedicada a la socialización del *concepto* de directrices.
2. **Independiente:** dedicada al objeto de cada conjunto de directrices.

4. Definir los mensajes eje

Hablar de Directrices puede resultar común para nosotros, pero ¿qué tan conocido resulta el término para el resto de la población? Lo adecuado es formular mensajes concisos, que puedan ser comprendidos por todos:

- “Las Directrices son motivo de interés social, porque tienen como principal objetivo contribuir a garantizar el derecho a una educación de calidad para todos”. La sociedad debería interesarse en el tema.
- “Las Directrices sugieren rutas claras y para mejorar la educación del país”. Por eso la atención de las Directrices es de beneficio para México.
- “Se requiere voluntad política y la participación de todos para resolver los desafíos educativos”. Deben involucrarse todos los actores educativos.

5. Identificar a los usuarios de nuestra información

1. Titulares educativos federales
2. Titulares educativos de las entidades
3. Funcionarios de niveles medios federales y de las entidades
4. Representantes de organizaciones de la sociedad civil
5. Docentes, directivos y supervisores
6. Estudiantes y futuros maestros
7. Líderes de opinión
8. Padres y madres de familia

9. Estudiantes de educación básica, media superior y educación superior
10. Representantes y periodistas de medios de comunicación
11. Miembros del Congreso de la Unión

6. Vincular a los usuarios, según su rol, con los mensajes eje

Sobre el mismo ejemplo de Directrices, pensemos específicamente qué podríamos comunicar a cada tipo de audiencia para movilizar acciones (ver tabla 10). Es decir, establecer relatos para cada uno.

Tabla 10. Parrilla para el diseño de mensajes por audiencia

Audiencia	Rol frente a las directrices	Mensaje básico (relato)	Tipo de información
Titulares educativos federales	Activo y ejecutivo: responsables directos de su implementación	A ti te corresponde realizar la planeación educativa a partir de las directrices de mejora que propone el Instituto.	Respuesta esperada: plan de trabajo con tareas y tiempos específicos Acciones y avances relacionadas con la implementación de las directrices a nivel federal
Titulares educativos de las entidades	Activo: responsables directos de su instrumentación a nivel local	En tus manos está que las directrices contribuyan a garantizar el derecho a la educación de tu estado	Acompañamiento necesario para la implementación de las directrices a nivel local
Funcionarios de niveles medios federales y de las entidades	Operativo: responsables de su operación a nivel federal y local	Con tu trabajo y compromiso las directrices contribuirán a mejorar la calidad de la educación	Necesidades específicas para su operación Capacidades necesarias para su seguimiento e implementación
Representantes de organizaciones de la sociedad civil	Activo: participantes en su visibilización y monitoreo social	Observa la ruta de atención e implementación de las directrices: Eres testigo de un proceso histórico que busca contribuir a garantizar el derecho una educación de calidad para todos	Imagen objetivo de las directrices. Avances y ruta para su monitoreo social (construcción de un Observatorio de las directrices)

Audiencia	Rol frente a las directrices	Mensaje básico (relato)	Tipo de información
Docentes, directivos y supervisores	Receptivo y activo: Beneficiario directo de las directrices. Observador del monitoreo social	Eres parte crucial de un proceso histórico para garantizar el derecho una educación de calidad para todos	Imagen objetivo de las directrices. Implicaciones directas con el ejercicio de su profesión y el SPD
Estudiantes normalistas, universitarios o futuros maestros	Receptivo y activo: Beneficiario directo de las directrices. Observador del monitoreo social	Tu preparación es una pieza fundamental para garantizar el derecho a la educación de todos los mexicanos	Imagen objetivo de las directrices. Implicaciones directas con su formación
Columnistas, editorialistas y líderes de opinión	Activo y de influencia: participantes en su visibilización y monitoreo mediático. Influencia en los líderes políticos y sociales	La oportunidad de cerrar brechas es ahora: ¿sabes qué son las directrices?, ¿qué está pasando con las directrices?	Datos desagregados relevantes derivados del diagnóstico que ayudó a construir las directrices
Padres y madres de familia	Activo: participantes en su visibilización y monitoreo social. Beneficiarios indirectos de las directrices	Tus hijos tienen derecho a una educación de calidad con equidad. Conoce el trabajo que realiza el INEE Las directrices del INEE son para mejorar	Resultados esperados si las directrices son implementadas por las autoridades responsables: que sus hijos reciban una mejor educación
Representantes y periodistas de medios de comunicación	Activo: participantes en su visibilización y monitoreo mediático. Influencia en los tomadores de decisiones y sociedad en general	Estos son los caminos de las directrices. ¿Qué decisiones toman los responsables de implementar la ruta de las Directrices?	Datos desagregados derivados del diagnóstico de las directrices. Avances y respuestas de las autoridades educativas
Representantes del Congreso de la Unión	Activo y político: tomadores de decisiones en su seguimiento (y en la asignación presupuestal para su cumplimiento). Monitores en la transparencia y rendición de cuentas relacionada con las directrices	Las directrices necesitan mayores presupuestos Observa la ruta de cumplimiento de las directrices	Necesidades presupuestales, políticas y legales; avances e imagen objetivo de las directrices
Alumnos de educación básica y media superior	Beneficiarios finales: Principales beneficiarios de las directrices	¿Conoces el trabajo que hace el INEE? Las directrices del INEE son para mejorar.	Objetivo final de las directrices: contribuir a que las niñas, los niños y los adolescentes reciban una educación de calidad

Fuente: Elaboración propia UNPE, INEE.

7. Establecer los conceptos clave y el relato macro comunicativo

Las directrices...

- buscan orientar la toma de decisiones en materia de política educativa.
- son recomendaciones de política.
- sugieren rutas para la mejora.
- se construyen con la participación de todos.
- tendrán éxito si hay compromiso y voluntad política de las autoridades.

El INEE...

- está facultado para evaluar todos los procesos, componentes y resultados del Sistema Educativo Nacional.
- busca conectar la evaluación con el uso y la mejora educativa.
- tiene la atribución exclusiva de emitir Directrices.
- debe dar seguimiento a las directrices que emita.

La socialización de las directrices...

- se enfoca en su validez, sustento y razón de ser de la Directriz.
- hace énfasis en que las directrices no son una solución mágica.
- indica una ruta a seguir.
- requiere la participación de actores diversos con tareas específicas.

Por lo tanto, el relato macro de las directrices podría ser:

- “La educación de calidad es un derecho de todos. Las directrices sugieren rutas de mejora para cristalizar el derecho a una educación de calidad para todos. Las directrices revisan las decisiones del pasado y lo que sucede en las realidades federal y locales. Nos indican un qué, cómo y con quiénes mejorar. Las directrices no son una solución mágica: necesitan que todos caminemos hacia un mismo objetivo”.

Es a partir de este relato macro que desarrollaremos mensajes específicos y concisos para cada usuario.

8. Adaptar el relato por tipo de audiencias

El relato debe ser dual:

- Un lado *humano* de la historia: nosotros los ciudadanos que vemos garantizado nuestro derecho a una educación de calidad con equidad (testimonios, diálogos).
- Un lado político: el gobierno está de acuerdo o en desacuerdo, y los estados trabajando o no en apoyo a la directriz.

En esta fase se adecúa el relato en una serie de mensajes para cada tipo de audiencia. Durante el proceso de socialización, las audiencias entenderán:

- Qué son las directrices.
- Qué ofrecen como beneficios.
- Cuál es su proceso de construcción.
- Qué se espera que suceda con su implementación.
- Cuál es el papel que se espera de cada uno de los actores implicados en su atención.
- Por qué son novedosas o importantes.
- Cómo se afectará a la educación si no se implementan.

El mensaje clave para todos puede ser: “Porque la educación de calidad es un derecho de todos, las directrices son el camino para cumplir este objetivo”.

9. Proponer los materiales de difusión

En el marco del diseño que hemos comentado, pensemos qué materiales pueden ser adecuados para desarrollar acciones de movilización (ver tabla 11).

Tabla 11. Tipos de producto propuestos por audiencia

Audiencia	Material
Titulares educativos federales	Documentos formales Publicaciones periódicas (<i>Gaceta</i>) Cuadernillos y encartes Mensajes en redes sociales

Audiencia	Material
Titulares educativos de las entidades	Exposiciones en encuentros Manuales y cuadernillos Documentos formales Micrositio Publicaciones periódicas (<i>Gaceta</i>)
Funcionarios de niveles medios federales y de las entidades	Plataforma para formación a distancia (construcción de planes de trabajo) Manuales e instructivos Publicaciones periódicas (<i>Gaceta</i>)
Representantes de organizaciones de la sociedad civil	Exposiciones en encuentros Micrositio Videos y documentales Publicaciones periódicas (<i>Gaceta</i>) Mensajes en redes sociales
Docentes, directivos y supervisores	Cómic Audiovisual con testimonios Folletos y carteles Cuadernillos informativos Revista <i>Red</i>
Estudiantes normalistas, universitarios o futuros maestros	Cómic Audiovisual con testimonios Folletos y carteles Revista <i>Red</i> Mensajes en redes sociales
Columnistas, editorialistas y líderes de opinión	Cartas personalizadas con datos desagregados por periodo Encuentros personalizados por fuente Micrositio Publicaciones periódicas (<i>Gaceta</i>)
Padres y madres de familia	Cómic Audiovisual con testimonios Folletos y carteles
Representantes y periodistas de medios de comunicación	Material de prensa Comunicados Encuentro y ruedas de prensa Dosificación de datos desagregados por etapas Mensajes en redes sociales Publicaciones periódicas (<i>Gaceta</i>)
Representantes del Congreso de la Unión	Cartas personalizadas con datos desagregados por periodo Encuentros con los representantes populares para presentar las directrices a las comisiones de educación Publicaciones periódicas (<i>Gaceta</i>)

Audiencia	Material
Alumnos de educación básica y media superior	Cómic Audiovisual con testimonios Folletos y carteles Mensajes en redes sociales

Fuente: Elaboración propia UNPE, INEE.

10. Preparar a los voceros

Dado que parte de la estrategia incluye encuentros directos con los medios de comunicación, es necesario preparar a los voceros del INEE, que, entre otros, pueden ser: Consejeros de la Junta de Gobierno, titular de la Unidad de Normatividad y Política Educativa, Directora general de Directrices para la Mejora de la Educación, por ejemplo. Como parte de esta capacitación se les dotará de:

- Resumen de los principales conceptos y beneficios de las Directrices.
- Relevancia respecto a la actual situación de la educación en México.
- Presentación.
- Lista de preguntas frecuentes.
- Hojas de datos para encuentros con prensa.

¿Cómo construir un relato comunicativo?

Ahora tomemos como ejemplo a los Programas Estatales de Evaluación y Mejora Educativa (PEEME). ¿Qué pasos podemos seguir para establecer un relato narrativo?, lo ideal es seguir los cuatro que se enlistan a continuación.

1. Hacer preguntas sobre los objetivos y el contexto

- ¿Qué busca lograr mi entidad a través de la mejora educativa?
- ¿Qué se plasma en el marco legal de mi entidad?
- ¿Qué indican los documentos de política educativa del estado?
- ¿Qué dice el plan sectorial de educación o la ley educativa local?
- ¿Cómo podría contribuir la evaluación a ese anhelo?
- ¿Cómo contribuye, específicamente, el PEEME a ello?
- ¿Qué puede derivarse de esos documentos para convertirse en un *anhelo* de todos?

2. Elaborar una parrilla con los elementos discursivos (ver tabla 12).

Tabla 12. Parrilla para la identificación de elementos discursivos en el PEEME

Documento	Frases clave que señalan el sentido (anhelo) a compartir	Palabras fuerza
Programa Estatal de Evaluación y Mejora Educativa (PEEME)	<p>Tenemos la convicción de que una educación de calidad otorga a los ciudadanos la oportunidad de acceder a mejores condiciones de vida [...].</p> <p>Se considera trascendente el fortalecimiento de la participación social en los procesos de formación de la ciudadanía [...].</p> <p>A la implementación del PEEME nos sumaremos funcionarios, personal directivo, docentes y padres de familia [...].</p> <p>[...] empeño de ofertar una educación de mayor calidad en el mediano plazo.</p> <p>Los artículos 2 y 5 de la Ley de Educación del estado establecen que todo individuo tiene derecho a recibir una educación de calidad [...].</p> <p>[...] es obligación del Estado prestar servicios educativos de calidad que garanticen el máximo logro de aprendizaje.</p> <p>la autoridad educativa estatal deberá “planear, operar y evaluar los servicios educativos, con el fin de lograr la satisfacción de las necesidades individuales y sociales, así como un nivel de competencia internacional [...].</p>	<p>convicción</p> <p>mejores condiciones de vida</p> <p>participación social</p> <p>nos sumaremos</p> <p>empeño</p> <p>todo individuo tiene derecho a recibir una educación de calidad</p> <p>satisfacción de las necesidades individuales y sociales.</p>

Fuente: Elaboración propia con base en los documentos de la PEEME. UNPE INEE.

3. Identificar el discurso a construir a partir de las palabras fuerza

- ¿Qué tipo de ciudadano plantea lograr el PEEME?
- ¿Cómo lo dirías en palabras que pudieran ser comprendidas por todos?

- ¿Cómo estructurarías un relato que pudiera convocar a muchos?
- ¿Cómo se lo dirías a cada uno de los usuarios: maestros, directores, padres y madres de familia y funcionarios?

4. Reconocer, dimensionar y desglosar los objetivos y las líneas estratégicas de acción del PEEME, pues ahí se encuentran los procesos, las etapas y los beneficios contemplados en el programa. Por ejemplo, supongamos que queremos dar énfasis a quienes estudian en las escuelas multigrado:

Objetivos

- Mejorar las condiciones en que se ofrece el servicio educativo en las escuelas **primarias multigrado**.
- Fortalecer los procesos de supervisión y asesoría técnica pedagógica a las escuelas primarias **multigrado**.
- Fortalecer la cultura de la evaluación en las escuelas secundarias, a través de la participación activa y comprometida de los colectivos escolares.
- Usar los resultados de las evaluaciones del Servicio Profesional Docente para fortalecer los procesos de enseñanza y aprendizaje en la educación media superior.
- Evaluar la pertinencia de los programas de formación y actualización docente.

Líneas estratégicas de acción

- Evaluación y mejora de la calidad en escuelas **multigrado**.
- Fomento de una cultura de la evaluación en la comunidad escolar.
- Uso de los resultados de las evaluaciones del logro educativo.
- Uso de los resultados de las evaluaciones docentes para el establecimiento de estrategias para la mejora de la calidad educativa en el marco del Nuevo Modelo Educativo 2016 y las Directrices para la mejora de la educación emitidas por el Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación.
- Diseño de programas de capacitación contextualizados a la entidad.

5. Establecer el relato comunicativo.

Imaginemos que decidimos destacar la palabra *multigrado* y lo que implica. En este caso, puede ser: “Para que los niños y jóvenes de nuestro estado que estudian en las

escuelas multigrado, tengan **mejores condiciones** de **vida**, padres, madres, maestros, directores y funcionarios nos **sumaremos** al Programa Estatal de Evaluación y Mejora Educativa con **convicción, participación y empeño porque todos tenemos derecho** a recibir una **educación** de calidad”.

¿Cuáles son las características de un buen relato comunicativo?

Los buenos relatos comunicativos tienen tres características:

Concisión: piensa que tus usuarios cada vez tienen menos tiempo o que recibe mucha información a través de diferentes medios impresos, digitales, electrónicos, auditivos.

Legibilidad: no importa que tan complejo sea el tema que piensas comunicar, elige siempre un lenguaje claro que le permita a cualquier lector comprender lo que comunicas. Usa un lenguaje limpio. Trata de que tu texto sea entendible.

Exactitud: tus recomendaciones, información y sugerencias, deben estar basadas en las evidencias más recientes, transparentes y confiables. Revisa todo lo que se ha producido sobre el tema (Doyle, 2013; Plain language.gov, 2010).

Este trabajo es previo a la producción del mensaje final, porque, como explica Daniel Cassany (1989), “los escritores competentes suelen ser más conscientes de la audiencia (del lector o lectores a quienes va destinado el texto) y, durante la composición, dedican más tiempo a pensar en sus características”.

¿Y cuándo nuestra estrategia implica el uso de redes sociales?

Tíscar Lara propone “construir redes sociales de confianza con sus públicos desde un modelo de participación abierta y de debate democrático en la esfera pública digital. La Red es sobre todo un lugar para el consumo audiovisual y para el encuentro entre personas. Al respecto, recomienda tomar en cuenta que:

- Lo importante es desarrollar formas de atraer e integrar al público en el propio medio.
- La información es la materia prima, la comunicación es el servicio. Proporcionar información no es suficiente, hay que proveer de espacios de comunicación y socialización a las audiencias.
- Hay que entrar en las redes sociales creando una identidad digital como

marca para relacionarse en aquellos espacios donde convive el público objetivo: Facebook y Twitter, LinkedIn, Snapchat, por ejemplo.

- Es necesario crear contextos donde las audiencias puedan interactuar con el medio y con otros usuarios, donde la gente sienta el espacio como suyo, como un lugar de pertenencia y de referencia personal y comunitaria.

Si el objetivo es atraer y consolidar redes sociales con y entre las audiencias, hay que considerar aspectos como la conectividad, cultivar la relación de proximidad, dar servicio y orientación (ya no basta con producir y ofrecer noticias, ahora hay que dar servicio y ser útiles a sus usuarios) (Lara, 2008).

Palabras clave

Reeditor: la persona que recibe un relato, lo interpreta y lo comunica a los demás con sus propias palabras.

Anhelo: es la aspiración personal y comunitaria que permite movilizar voluntades para alcanzar objetivos comunes.

Relato: en la estrategia de comunicación, es la narrativa que hace visible, comprensible y alcanzable el anhelo.

Recomendaciones del Grupo de Trabajo sobre Estándares y Evaluación del Programa de Promoción de la Reforma Educativa de América Latina y el Caribe (PREAL) para definir una estrategia de difusión (PREAL, 2008)

- Definir previamente qué preguntas desean y pueden responder sobre los resultados de las evaluaciones.
- Definir qué tipo de información se va a producir.
- Definir a quiénes (público) va dirigida la información y cómo se espera que sea utilizada.
- Definir una estrategia de difusión de resultados, identificando audiencias y sus preguntas posibles.
- Definir el tipo de productos comunicativos más adecuados para cada audiencia.
- Informar de forma transparente.
- Compartir la información con actores calificados e interesados en temas educativos con diferentes posturas, a fin de que se conviertan en *reeditores* del mensaje.
- Evitar usar los resultados con fines propagandísticos u ocultarlos cuando no sean satisfactorios.
- Que los especialistas de las áreas de evaluación expliquen los resultados.
- Incentivar a que las audiencias y, principalmente, los funcionarios y actores involucrados en el proceso educativo, reflexionen sobre las implicaciones de los mismos (Ravela *et al.*, 2008).



¿Te gustaría conocer más acerca de la movilización social y el sentido de nación? Busca la sección El invitado de la *Gaceta* número 7 (abril-junio 2017): “Jóvenes: sólo la autorregulación les dará libertad”, en el blog de la publicación: <http://www.inee.edu.mx/index.php/publicaciones-micrositio/blog-de-la-gaceta-mayo-2017>



¿Te gustaría conocer otros materiales de movilización? Visita el sitio Común Acuerdo sobre el proceso de paz en Antioquia, Colombia: <http://comunacuerdo.co/quienes-somos/>

Hablemos sobre... otras rutas de comunicación y movilización

Como lo ha mostrado la experiencia, es insuficiente la emisión de una política educativa para que se lleve a cabo su cumplimiento efectivo. En paralelo, tampoco basta un boletín o rueda de prensa para difundir de manera plena sus implicaciones y beneficios. Como hemos visto, siempre es necesaria una estrategia que desarrolle un relato comunicativo para socializarla entre los que públicos afectará y movilizará directa o indirectamente.

Por ello, en esta sección se presentan tres ejemplos más para el desarrollo de estrategias de comunicación y movilización en torno a la evaluación educativa que proponen los Programas Estatales de Evaluación y Mejora Educativa (PEEME), a partir de los cuales pueden pensarse muchas otras estrategias o desarrollar espacios de reflexión y acción.

Ejemplo 1. PLANEA

Supongamos que es necesario dar a conocer los resultados de alguna evaluación local de los PEEME relacionados con PLANEA. La ruta para pensar en estrategias o productos que apoyen un relato comunicativo podría proponer lo siguientes elementos (ver tabla 13).

Tabla 13. Parrilla para identificar insumos que apoyen el relato comunicativo. Ejemplo PLANEA

Usuario	Publicaciones pertinentes del INEE	Necesidades de información	Claves del mensaje	Canal recomendado
Autoridades educativas federales, estatales y municipales	Reporte de la ELSEN y de la ELCE Breviarios de política educativa <i>Gaceta de la Política Nacional de Evaluación Educativa en México</i>	Aspectos que les reporten la utilidad y la eficacia de la evaluación Cifras y estadísticas	De las 626 escuelas que contempladas en el estado para la aplicación de ELCE, se cubrió el 100%	Mesas públicas de análisis Publicaciones Notas informativas Notas de política Medios digitales

Usuario	Publicaciones pertinentes del INEE	Necesidades de información	Claves del mensaje	Canal recomendado
Supervisores y directores de escuelas	Resultados de la ELCE Documento Rector de PLANEA <i>Gaceta de la Política Nacional de Evaluación Educativa en México</i>	Aspectos técnicos que reporten lo ocurrido en la implementación de la evaluación (cuáles han sido las principales dificultades y aciertos) Contexto Base de datos	De las 370 escuelas que contempladas en el estado para la aplicación de ELCE, se cubrió el 85%. Los inconvenientes están relacionados con...	Bases de datos Formación Publicaciones Notas informativas Medios digitales
Poder Legislativo Federal y legislaturas estatales	Resultados de la ELSÉN <i>Gaceta de la Política Nacional de Evaluación Educativa en México</i>	Aspectos que les reporten la utilidad y la eficacia de la evaluación Datos para rendir cuentas frente al gasto de la evaluación Cifras y estadísticas	Con los ajustes a PLANEA, habrá un ahorro de 200 millones de pesos.	Mesas públicas de análisis Publicaciones Notas informativas Notas de política
Maestros y dirigentes de los organismos que los representan	Resultados de la EDC (para el caso de primaria) como los de la ELCE (para primaria, secundaria y media superior) Materiales para docentes <i>Gaceta de la Política Nacional de Evaluación Educativa en México</i>	Conclusiones y recomendaciones / Contexto Asignaturas a mejorar Metodología	Casi la mitad (49.5%) de los alumnos se encuentra en el nivel de logro I, es decir, no alcanza los aprendizajes clave suficientes para seguir aprendiendo al ritmo esperado.	Formación Publicaciones Notas de política Bases de datos Medios digitales Talleres
Miembros de los equipos que trabajan en la construcción y puesta en marcha de la PNEE	Resultados de la ELSÉN, la ELCE y la EDC Breviarios de política educativa <i>Gaceta de la Política Nacional de Evaluación Educativa en México</i>	Conclusiones y recomendaciones Contexto	De las 626 escuelas que contempladas en el estado para la aplicación de ELCE, se cubrió el 100%	Publicaciones Notas informativas Notas de política Bases de datos Medios digitales Presentaciones Talleres

Usuario	Publicaciones pertinentes del INEE	Necesidades de información	Claves del mensaje	Canal recomendado
Académicos e investigadores	Resultados de la ELSEN, la ELCE y la EDC Cuadernos de investigación <i>Gaceta de la Política Nacional de Evaluación Educativa en México</i>	Metodología Contexto	En el diseño de esta evaluación participaron instituciones académicas como...	Mesas públicas de análisis Notas de política Medios digitales Presentaciones
Alumnos	Resultados de la ELSEN	Temas de menor y mayor rezago	En Matemáticas los contenidos dominados son...	Infografías Publicaciones Medios digitales Presentaciones
Padres de familia	Resultados de la EDC y la ELCE	Contexto Datos generales	Es necesario reforzar los siguientes campos de Matemáticas...	Publicaciones Medios digitales Presentaciones Talleres
Medios de comunicación	Resultados de la ELSEN, ELCE y EDC Resultados de evaluaciones	Contexto Porcentajes	Se aplicó PLANEA a 2.3 millones de alumnos de sexto grado de primaria.	Conferencias de prensa, entrevistas y boletines de prensa Medios digitales

Fuente: Elaboración propia. DGCSNEE, UNPE, INEE.

En este caso y en los siguientes dos, es importante revisar las brechas que identifica el PEEME en cuestión y transformar la meta esperada del Programa en un anhelo, que sea capaz de movilizar voluntades.

Ejemplo 2. EXCALE

Supongamos que algún PEEME está pensado de acuerdo con los resultados de EXCALE. La ruta para su socialización incluye la identificación de los insumos que apoyen el relato comunicativo (ver tabla 14).

Tabla 14. Parrilla para identificar insumos que apoyen el relato comunicativo. Ejemplo EXCALE

Usuario	Publicaciones pertinentes del INEE	Necesidades de información	Claves del mensaje	Canal
Autoridades educativas federales, estatales y municipales	Bases de datos de EXCALE Breviarios de política educativa <i>Gaceta de la Política Nacional de Evaluación Educativa en México</i>	Aspectos que les reporten la utilidad y la eficacia de la evaluación Cifras y estadísticas	En 2010, la entidad avanzó 20% respecto de 2006	Mesas públicas de análisis Publicaciones Notas informativas Notas de política Medios digitales
Supervisores y directores de escuelas	Bases de datos de EXCALE <i>Gaceta de la Política Nacional de Evaluación Educativa en México</i>	Aspectos técnicos que reporten lo ocurrido en la implementación de la evaluación (cuáles han sido las principales dificultades y aciertos) Contexto Base de datos	Los cuestionarios de contexto de docentes y directores generaron un porcentaje relativamente elevado de preguntas sin contestar, condición que limitó el estudio	Bases de datos Actividades de formación Publicaciones Notas informativas Medios digitales
Poder Legislativo Federal y legislaturas estatales	Bases de datos de EXCALE <i>Gaceta de la Política Nacional de Evaluación Educativa en México</i>	Aspectos que les reporten la utilidad y la eficacia de la evaluación Datos para rendir cuentas frente al gasto de la evaluación Cifras y estadísticas	En 2010, los alumnos de tercero de primaria de todo el país mostraron un avance en el aprendizaje del Español respecto de la evaluación de 2006	Mesas públicas de análisis Publicaciones Notas informativas Notas de política

Usuario	Publicaciones pertinentes del INEE	Necesidades de información	Claves del mensaje	Canal
Maestros y dirigentes de los organismos que los representan	Bases de datos de EXCALE Materiales para docentes <i>Gaceta de la Política Nacional de Evaluación Educativa en México</i>	Conclusiones y recomendaciones Contexto Asignaturas a mejorar Metodología	Los contenidos que dominan los alumnos en este grado escolar son...	Actividades de formación Publicaciones Notas de política Bases de datos Medios digitales Talleres
Miembros de los equipos que trabajan en la construcción y puesta en marcha de la PNEE	Bases de datos de EXCALE Breviarios de política educativa <i>Gaceta de la Política Nacional de Evaluación Educativa en México</i>	Conclusiones y recomendaciones / Contexto	En 2010, la entidad avanzó 20% respecto de 2006	Publicaciones Notas informativas Notas de política Bases de datos Medios digitales Presentaciones Talleres
Académicos e investigadores	Bases de datos de EXCALE Cuadernos de investigación <i>Gaceta de la Política Nacional de Evaluación Educativa en México</i>	Metodología Contexto	Matemáticas es la única asignatura a nivel nacional en la que los hombres obtuvieron un mejor desempeño con respecto de las mujeres.	Mesas públicas de análisis Notas de política Medios digitales Presentaciones
Alumnos		Temas de menor y mayor rezago	Hay dificultad para aplicar el uso de las mayúsculas en los nombres propios	Infografías Publicaciones Medios digitales Presentaciones
Padres de familia		Contexto Datos generales	Los resultados por alumno se pueden consultar en...	Publicaciones Medios digitales Presentaciones Talleres

Usuario	Publicaciones pertinentes del INEE	Necesidades de información	Claves del mensaje	Canal
Medios de comunicación	Resultados de evaluaciones	Contexto Porcentajes	A nivel nacional, 32% de los alumnos tiene dificultades importantes para aprender los contenidos de Matemáticas	Conferencias de prensa, entrevistas y boletines de prensa Medios digitales

Fuente: Elaboración propia. DGC SNEE, UNPE, INEE.

Ejemplo 3. ECEA

Supongamos que es necesario dar a conocer los resultados de algún PEEME relacionado con ECEA. Será importante reconocer los usuarios, las publicaciones, las necesidades de información, los mensajes y los canales adecuados (ver tabla 15).

Tabla 15. Parrilla para identificar insumos que apoyen el relato comunicativo. Ejemplo ECEA

Usuario	Publicaciones pertinentes del INEE	Necesidades de información	Claves del mensaje	Canal
Autoridades educativas federales, estatales y municipales	Bases de datos de ECEA Breviarios de política educativa <i>Gaceta de la Política Nacional de Evaluación Educativa en México</i>	Aspectos que les reporten la utilidad y la eficacia de la evaluación / Cifras y estadísticas	En nuestro estado, 45% de las escuelas primarias cuenta con los servicios básicos de agua, luz y drenaje, y 3.1% de ellas no cuenta con estos servicios	Mesas públicas de análisis Publicaciones Notas informativas Notas de política Medios digitales
Supervisores y directores de escuelas	Bases de datos de ECEA <i>Gaceta de la Política Nacional de Evaluación Educativa en México</i>	Aspectos técnicos que reporten lo ocurrido en la implementación de la evaluación (cuáles han sido las principales dificultades y aciertos) Contexto Base de datos	En nuestra zona, escolar 80% de los docentes cuenta con el programa de estudios vigente del grado o grados que imparte, al inicio del ciclo escolar	Bases de datos Formación Publicaciones Notas informativas Medios digitales

Usuario	Publicaciones pertinentes del INEE	Necesidades de información	Claves del mensaje	Canal
Poder Legislativo Federal y legislaturas estatales	Bases de datos de ECEA <i>Gaceta de la Política Nacional de Evaluación Educativa en México</i>	Aspectos que les reporten la utilidad y la eficacia de la evaluación Datos para rendir cuentas frente al gasto de la evaluación Cifras y estadísticas	Más de la mitad de las entidades federativas cuenta con un sistema estatal de educación básica sostenido con recursos propios. En 21 coexisten dos sistemas, el federal y el estatal, con predominio del primero; en 11 se cuenta sólo con el sistema federal	Mesas públicas de análisis Publicaciones Notas informativas Notas de política
Maestros y dirigentes de los organismos que los representan	Bases de datos de ECEA Materiales para docentes <i>Gaceta de la Política Nacional de Evaluación Educativa en México</i>	Conclusiones y recomendaciones Contexto Asignaturas a mejorar Metodología	Para formular planeaciones de trabajo con base en el currículo vigente es necesario contar con los materiales curriculares básicos	Formación Publicaciones Notas de política Bases de datos Medios digitales Talleres
Miembros de los equipos que trabajan en la construcción y puesta en marcha de la PNEE	Bases de datos de ECEA Breviarios de política educativa <i>Gaceta de la Política Nacional de Evaluación Educativa en México</i>	Conclusiones y recomendaciones Contexto	En nuestro estado, 45% de las escuelas primarias cuenta con los servicios básicos de agua, luz y drenaje, y 3.1% de ellas no cuenta con estos servicios	Publicaciones Notas informativas Notas de política Bases de datos Medios digitales Presentaciones Talleres
Académicos e investigadores	Bases de datos de ECEA Cuadernos de investigación <i>Gaceta de la Política Nacional de Evaluación Educativa en México</i>	Metodología Contexto	Las escuelas con menores recursos son las que atienden a las poblaciones con menores recursos	Mesas públicas de análisis Notas de política Medios digitales Presentaciones

Usuario	Publicaciones pertinentes del INEE	Necesidades de información	Claves del mensaje	Canal
Alumnos		Temas de menor y mayor rezago	En la escuela hace falta . . .	Infografías Publicaciones Medios digitales Presentaciones
Padres de familia		Contexto Datos generales	En la escuela hace falta que se organicen mejor para que no falten los materiales.	Publicaciones Medios digitales Presentaciones Talleres
Medios de comunicación	Resultados de evaluaciones	Contexto Porcentajes	15% de las escuelas sólo tiene un salón de clases; de éstas, 55.9% son escuelas indígenas multigrado	Conferencias de prensa, entrevistas y boletines de prensa Medios digitales

Fuente: Elaboración propia. DGC SNEE, UNPE, INEE.

Como en los casos anteriores, además de identificar las brechas que propone cerrar cada PEEME, es básico tomar en cuenta el contexto en el que se inserta para diseñar el relato:

- ¿A qué tipo de público está dirigido primordialmente el relato?
- ¿Cómo es el ambiente comunicativo, las costumbres culturales, sociales y educativas de ese público?
- ¿Cómo es el entorno y colectivo escolar?
- ¿Qué acostumbran escuchar, leer, mirar en los medios disponibles los usuarios?
- ¿Qué factores históricos y poblacionales sería importante considerar?