

ECUADOR. UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

Principales actores en el establecimiento de la agenda setting

SEGUIMIENTO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE TV, PRENSA Y DIGITALES



Diana Rivera Rogel

Directora del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la UTPL
 derivera@utpl.edu.ec



Ketty Calva Cabrera

Becaria de Investigación en el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la UTPL
 kdcalva@utpl.edu.ec

El presente artículo forma parte del proyecto de investigación nacional denominado «Análisis de la agenda setting en Ecuador» que contó con la participación de 66 estudiantes de Comunicación Social de la Modalidad Abierta de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) y más de 15 docentes investigadores de este mismo centro de estudios. El objetivo fue conocer cómo los medios establecen su agenda y el tratamiento que brindan a las noticias publicadas día a día. Con este conocimiento se percibe a los medios desde un punto de vista diferente, a través del cual se pone de manifiesto la crítica y la exigencia de calidad y veracidad en la información que recibimos.

El estudio se realizó, bajo la metodología análisis de contenido, a través de una semana compuesta, del 16 de abril al 18 de mayo del 2012. Para recoger la información se utilizó una ficha elaborada por la Universidad Santiago de Compostela y validada al contexto ecuatoriano por un grupo de investigadores de la Universidad Técnica Particular de Loja. El uso en esta investigación del análisis de contenido es porque, según afirma Krippendorff (1997: 27) «ha llegado a ser un método científico capaz de ofrecer inferencias a partir de datos esencialmente verbales, simbólicos o comunicativos. Más allá de su continuo compromiso con cuestiones psicológicas, sociológicas y políticas sustanciales, en los últimos ochenta años ha aumentado de forma exponencial el interés por el uso de esta técnica y se ha procurado establecer criterios adecuados de validez».

La ficha comprende nueve apartados: identificación, origen de la información, naturaleza de las fuentes y de los protagonistas, identificación de los protagonistas de la información, estructura de la información y formato de las noticias, tratamiento de los contenidos, enfoque, desequilibrios informativos y valores. Estos

Se presentan resultados de 12 medios de comunicación de Ecuador, cuatro de cada sector: digitales, impresos y televisivos.

elementos permitieron conocer las bases que utilizan los medios de Ecuador para organizar la estructura informativa de cada edición.

Se agrupó a los medios de la siguiente forma: 27 digitales, 29 de prensa y 10 de televisión que corresponden a 61 de origen ecuatoriano y 5 internacionales incluidos con el propósito de control y contraste.

Se estableció como muestra a 12 medios de comunicación. Digitales: Confirmado.net, El Ciudadano, Infórmate y punto y Cuenca Alcaldía. Televisivos: Ecuador TV, Teleamazonas, Ecuavisa y Telerama. Impresos: El Universo, El Telégrafo, El Comercio y El Mercurio. Las conclusiones que se muestran en este artículo están basadas en los resultados de la muestra.

La investigación revela que los medios de comunicación del Ecuador de forma conjunta se ven directamente relacionados con los temas políticos y hechos generales en los que mantiene estrecha relación con la audiencia; razón por la cual los tres grupos de medios enfocan sus publicaciones en los asuntos nacionales generales, dejando en segundo plano el acontecer internacional, regional o local.

Es por esa razón que el análisis de dichas rutinas es básico para entender la lectura que los medios hacen del acontecer. Es en las rutinas productivas, y no en otra parte, donde están dibujados los factores que determinan la representación del acontecer (Agudelo, 1996).

Teoría y particularidades de la agenda setting

La *agenda setting* tiene sus orígenes en los años 60 en los Estados Unidos, cuando Bernard Cohen en 1963 busca la forma de explicar el cambio al que se someten los medios al buscar crear un ambiente en la audiencia, el que es resultado de sus publicaciones. Resume la idea central de este fenómeno al decir «la prensa no puede durante mucho tiempo tener éxito diciéndole a la gente qué tiene que pensar, pero sí en cambio diciéndole sobre qué tiene que pensar». (Vara, 2001: 30).

Posterior a esta teoría otros autores se hacen notar en los orígenes del concepto de la *agenda setting* y es a través de la publicación de un artículo cuando McCombs y Shaw enfatizan el término en 1972. (Vara, 2001: 31).

El establecimiento de esta agenda es la selección y jerarquización de noticias a publicar, también se encarga de

desechar aquellos temas o sucesos que a su parecer no tienen relevancia o simplemente ya se ha dicho todo sobre ello.

En este proceso de selección también se toma en cuenta la opinión pública; muchos de los temas seleccionados son los considerados de mayor importancia para la sociedad. Una de las formas para saber cuáles son estos temas es a través de los sondeos, los que son aplicados para detectar asuntos de interés público.

En el ámbito latinoamericano existe un estudio que lo realiza el Observador de Medios de Comunicación de América Latina, en el año 2008, en 5 países de América del Sur, cuyos resultados apuntan:

▫ Colombia: durante el tiempo de monitoreo se notó que los medios de comunicación hablan principalmente del narcotráfico, la guerrilla y la relación de grupos políticos con la misma.

▫ Brasil: tienden a colocar como titulares a las versiones que ellos mismos consiguen, se detectó que los principales temas de publicación eran los relacionados con la corrupción, el gobierno, partidos políticos y entidades gubernamentales.

▫ Perú: se identificó libertad de prensa a diferencia de los demás países; refiriéndonos a temas políticos los medios han coincidido en cuanto a titulares pero no lo han hecho en el punto de vista y posición frente a un tema, es decir, con enfoques diferentes.

▫ Venezuela: un país que durante los últimos años presenta conflictos por cambios generados por el gobierno, a más de los constantes desacuerdos con los medios de comunicación, las publicaciones están en contra del presidente (a algunos medios les costó el cierre). Hay sucesos relacionados con la violación de los derechos de los ciudadanos y libertad de expresión.

▫ Ecuador: predomina el tema de la violación de derechos políticos y libertades civiles, vulnerabilidad de las instituciones democráticas y promoción de valores e instituciones de la democracia. Son los temas principales que tomaron en cuenta los medios para su agenda durante el monitoreo del observatorio de medios en el Ecuador.

Este y otros estudios por parte de observatorios de medios se logran identificar en los últimos años; pero son pocos los que hacen el seguimiento completo a los medios de comunicación de un país.

Escasas son las investigaciones que sobre el tema se han realizado en Ecuador. Existe un ensayo que realiza Fernando Checa, director del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), que se titula «Observatorios de medios: fortalecimiento de la libertad de expresión y reivindicación de derecho a la crítica», en el cual se habla del derecho a la información y a la comunicación, que crea y fortalece la ciudadanía.

Agenda setting en los medios de comunicación de Ecuador

Es importante que los medios de comunicación al ser de cobertura nacional enfatizen en aquellos temas que más involucra a la audiencia, lo que permite a la misma sentirse en conexión y relacionada con los objetivos que persigue la empresa de comunicación.

En cuanto a las prioridades que los medios brindan a determinados temas, los resultados muestran que la cobertura de la televisión se da principalmente en los asuntos políticos, seguido de los temas sociales y sucesos principales de la comunidad ecuatoriana (gráfico 1).

La prensa no puede tener éxito diciéndole a la gente qué tiene que pensar, pero sí en cambio diciéndole sobre qué tiene que pensar



En relación a los medios impresos y digitales los temas económicos forman parte de los tres principales con mayor cobertura (gráficos 2 y 3).

En cuanto al origen de la información, los organismos o entidades públicas surgen como principales motores de la noticia en los tres sectores de medios.

Lo que publican los medios el 50% es producto de las rutinas productivas, las que forman parte de la cotidianidad, siendo éstas las más desarrolladas y con mayor aporte en el establecimiento de la agenda (tabla 1), a su vez, de ellas surgen como temas principales los hechos políticos y generales que mantienen estrecha relación con la audiencia. Por su lado, el periodismo de investigación se ha tornado desfavorecido con un 18,6% de las publicaciones.

Marcando la diferencia figuran los medios digitales quienes muestran el 35% de sus noticias como resultado de investigación.

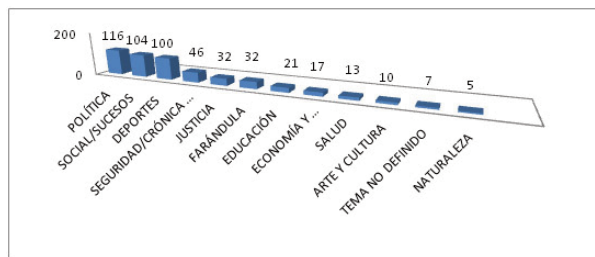
Se observa un nivel no muy gratificante del aporte investigativo de los medios, incluso las rutinas productivas con prácticas de indagación poseen poca participación.

El uso de las fuentes dentro de una publicación logra el aire de credibilidad de la información, buscando que el receptor confíe en la veracidad del contenido transmitido. En todos los medios el 86% de formatos transmitidos poseen fuentes, lo que le da valor y objetividad a la noticia. El 31,3% de las fuentes son directas, es decir, que mantienen estrecha relación con el hecho, lo que pone de manifiesto que la selección de versiones se lleva a cabo con responsabilidad.

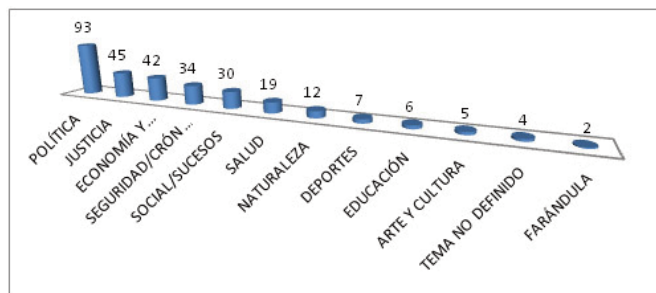
Además de las fuentes directas, las más utilizadas por los medios son las profesionales, actuales, agencias, institucionales y gubernamentales; con estos resultados las principales fuentes que potencian la publicación son las que poseen características de mayor credibilidad y objetividad de una publicación.

Los medios en general constituyen un papel fundamental en el comportamiento de la sociedad, es a través de ellos que los grupos sociales establecen sus ideologías y comportamientos frente a determinado hecho social en los que se ven estrechamente inmiscuidos. Otorgan a la audiencia la lista de temas de importancia y actualidad, en sí, son ellos los que deciden los eventos importantes en la sociedad y temas que deberían o no ser noticias.

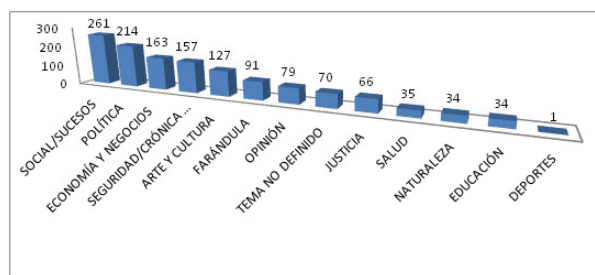
Los temas políticos y sociales son los más destacados, y surgen principalmente de organismos o entidades públicas



■ Gráfico 1. Tema de la noticia en medios televisivos (autoras)



■ Gráfico 2. Tema de la noticia en medios digitales (autoras)



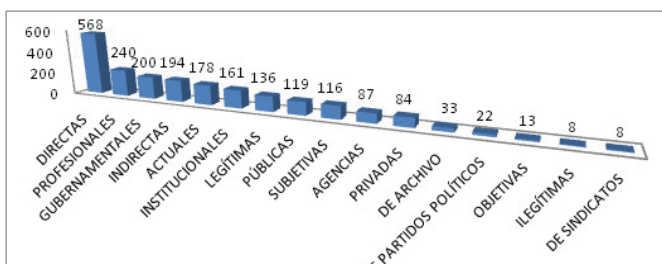
■ Gráfico 3. Tema de la noticia en medios impresos (autoras)

Tabla 1. Origen de la noticia de los tres grupos de medios

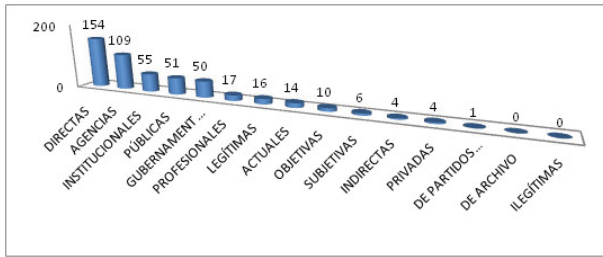
Noticia resultado de:	TV	PRENSA	DIGITAL
	%	%	%
Periodismo de investigación	17,00%	4,00%	35,00%
Rutinas productivas	48,00%	68,00%	34,00%
Investigación más rutinas	28,00%	5,00%	4,00%
Agencias	7,00%	21,00%	27,00%
Origen desconocido	0,00%	2,00%	0,00%
	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Las autoras

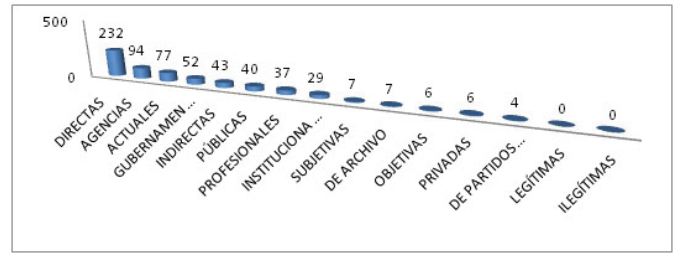
■ Tabla 1. Origen de la noticia de los tres grupos de medios.



■ Gráfico 4. Tipos de fuentes, medios impresos (autoras)



■ **Gráfico 5.** Tipos de fuentes, medios digitales.
Fuente: autoras



■ **Gráfico 6.** Tipos de fuentes - medios televisivos.
Fuente: autoras

Referencias bibliográficas:

Agudelo, B. (1996): La influencia de las rutinas productivas en la construcción del acontecer nacional. El caso de Siglo 21, periódico de Guadalajara, México. *Comunicación y sociedad*. No. 28, DOI:(10002-10000 A).

Alfonso, M. (2001). La influencia de los partidos políticos en la construcción de la agenda mediática y el rol de los periodistas como mediadores sociales. Aproximación teórico-práctica a las teorías de la agenda setting de la agenda building. Pamplona: Facultad de Comunicación de Navarra.

Krippendorff, K. (1997). Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica. Buenos Aires: Editorial Paidós, SAICF.

Rodríguez, R. (2004). Teoría de la Agenda-Setting aplicación a la enseñanza universitaria, España: A.F. Alaminos.

Villaruel, M.; Patroni, A.; Pineda, M.; Paulino, F. & Londoño, A., (2008). Observador de medios de comunicación en América Latina: prensa, ciudadanía y democracia en Brasil, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela. Buenos Aires-Argentina: Konrad Adenauer Stiftung.

Habermas, J. (1981). Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública. Barcelona-España: Editorial Gustavo Gil.

