



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

TITULACIÓN DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“Análisis de la agenda setting de los medios de comunicación: televisivos, impresos y digitales del Ecuador, entre abril y mayo del 2012”

AUTOR:

Baird Zambrano, Rudy Fernando

DIRECTOR:

Luna Ocampo, Tobías Fernando Lic.

CENTRO UNIVERSITARIO QUITO

2012

Certificación

Licenciado.

Tobías Fernando Luna Ocampo

DIRECTOR DE TESIS

Certifica:

Que el presente trabajo de investigación, realizado por el Sr. Rudy Fernando Baird Zambrano sobre el tema: “Análisis de la agenda setting de los medios de comunicación: televisivos, impresos y digitales del Ecuador, entre abril y mayo del 2012”, ha sido dirigido y revisado prolijamente y, cumple con todos los requisitos establecidos por la Universidad Técnica Particular de Loja, por lo que se autoriza su presentación.

Loja, noviembre de 2012

f) _____

C.I.:#

Cesión de Derechos

Yo, Rudy Fernando Baird Zambrano, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente –textualmente- dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

f) _____
Rudy Fernando Baird Zambrano

C.I. 1304213299

AUTORÍA

Todos los criterios, opiniones, afirmaciones, análisis, interpretaciones, conclusiones y todos los demás aspectos vertidos en el presente trabajo son de absoluta responsabilidad del autor.

Loja, agosto de 2012

f) _____
Rudy Fernando Baird Zambrano

C.I. 1304213299

DEDICATORIA

La realización de este trabajo de investigación fue posible gracias a la ayuda y paciencia de mi esposa Martha, y al respaldo de mis hijos Juan Fernando y Ana Beatriz, quienes en todo momento me brindaron su apoyo para la consecución de uno de mis más caros anhelos.

A ellos les dedico este trabajo que es la culminación de un gran esfuerzo académico y, además, la muestra de mi imperecedero amor y gratitud.

AGRADECIMIENTOS

Expreso mi más sincero agradecimiento a mi familia, a todas aquellas personas que hacen la Universidad Técnica Particular de Loja, a Ecuavisa y a su personal por la colaboración en el levantamiento de datos de la presente investigación.

De igual manera, mi reconocimiento y gratitud a la Lic. María Patricia Romero, Coordinadora General de este programa de titulación; y al Lic. Fernando Luna Ocampo, Director del presente trabajo.

Índice de contenidos

Certificación	ii
Cesión de Derechos	iii
AUTORÍA	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTOS	vi
RESUMEN EJECUTIVO	viii
CAPÍTULO I. PARTE INTRODUCTORIA	1
1.1 Introducción	1
1.2 OBJETIVOS	2
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	3
2.1 Teoría de la Agenda Setting: la agenda de los medios, la agenda pública y la agenda política	3
2.2 Agenda Setting en el mundo	16
2.3 Agenda Setting en el Ecuador	19
CAPÍTULO III: INVESTIGACIÓN, ANÁLISIS DE CONTENIDOS DE SEMANA COMPUESTA	25
3.1 Metodología: Análisis de contenidos por medio de la ficha de información	25
3.2 Presentación de cuadros estadísticos	27
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS INDIVIDUAL DE RESULTADOS	32
4.1 Del medio de comunicación investigado	32
4.2 De las cinco publicaciones	41
CONCLUSIONES	44
REFERENCIAS	50
ANEXOS	52

RESUMEN EJECUTIVO

Se aborda la Agenda Setting desde sus inicios en la comunicación política en Estados Unidos, destacando los trabajos de sus pioneros Donald I. Shaw y Maxwell McCombs, además de todos quienes contribuyeron y siguen aportando en esta teoría, que enfoca la gran repercusión de los medios en sesgar la atención de la opinión pública a ciertos temas que consideran importantes en un momento determinado.

Reseñamos los tipos de agenda que participan en el proceso informativo: la agenda de medios, la agenda pública y la agenda política. Enfocamos la Agenda Setting en el mundo, tal vez con un paso muy ligero pero ilustrativo de cómo se desarrolla el estudio de la gran influencia de los medios en países hegemónicos o de gran importancia para nosotros.

Y, finalmente analizamos nuestra realidad, un mapa que cambió desde la llegada al gobierno de Rafael Correa y su proyecto político. Sus continuas confrontaciones con periodistas y medios de comunicación.

En la parte investigativa monitoreamos a un importante medio, ECUAVISA canal de televisión con cobertura nacional, detallando y concluyendo sobre cómo realizan su trabajo informativo.

CAPÍTULO I. PARTE INTRODUCTORIA

1.1 Introducción

Este trabajo destaca la forma cómo los medios de comunicación arman o estructuran sus agendas diarias, que es cómo escoger los temas que van a transmitir a la gente, además de la influencia que estos tienen en la creación de la opinión pública.

La agenda setting es una herramienta que utilizan los medios de comunicación para influir -directa o indirectamente- en la opinión pública, en una definición amplia de D'Adamo, García Beaudoux, Freidenberg "es la expresión de cualquier colectivo con capacidad de manifestarse acerca de un objeto de origen público o privado pero de exposición pública, en un ámbito socialmente visible".

El interés es conocer más a fondo el manejo de la agenda setting en el país, para que esto suceda tenemos que adentrarnos en los estudios realizados desde la década de los sesenta a la actualidad, donde se toman como base las investigaciones de Donald L. Shaw y Maxwell McCombs en 1972, quienes desarrollaron esta teoría y además han incentivado a sus discípulos para que sigan aportando en el establecimiento de la agenda en otros ámbitos.

Todo medio de comunicación establece su agenda con diversos temas, los mismos de la agenda pública, porque está claro que los temas que interesan a la gente son los mismos que los medios han presentado como sobresalientes en un tiempo determinado.

En esta primera parte se establecen los objetivos, tanto el general como los específicos; además de introducir en el conocimiento de lo qué es la agenda setting y las tres partes que la conforman: la agenda de los medios, la agenda pública y la agenda política.

La intención es dejar un trabajo que sirva para conocer cómo los medios ecuatorianos establecen sus agendas, quienes y qué parámetros utilizan, cuando ubican lo que quiere la gente en la agenda, qué intereses mueven a los medios para estructurar la agenda diaria, considerando que en nuestro país hay una confrontación entre el poder político y el poder fáctico de los medios de comunicación.

Son notables diferencias que existen entre la agenda que manejan los medios “independientes” y los medios “gobiernistas”, nunca antes en el país se había producido una división tan marcada como la actual, producida por las visiones e intereses diferentes que tienen que ver con las aspiraciones políticas.

El establecimiento de la agenda en los medios de comunicación tiene una dinámica inagotable, por tal motivo es esencial entrar en la revisión teórica para luego investigar y concluir acerca del manejo de las agendas en los medios ecuatorianos.

1.2 OBJETIVOS

General:

- Determinar las características de la información publicada o emitida (agenda informativa) por los medios de comunicación: prensa, televisión y medios digitales del Ecuador.

Específicos:

- Determinar la procedencia de la información, la naturaleza de las fuentes y de los protagonistas, la estructura de la información y el formato de noticias.
- Determinar el tratamiento de la información, el enfoque y el desequilibrio informativo (información y opinión).
- Tener una visión desde afuera sobre los contenidos que presentan los medios de comunicación dentro del periodo comprendido Abril-Mayo 2012.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Teoría de la Agenda Setting: la agenda de los medios, la agenda pública y la agenda política

Para entender qué es la Agenda Setting debemos, necesariamente, ubicarnos en un medio de comunicación, en su día a día, donde las decisiones de incluir o no un tema en la agenda pasa por una línea vertical en la jerarquía del medio y se pone en consideración en forma horizontal en la redacción del mismo.

Es vertical porque los medios tienen ejecutivos que responden a dueños y estos tienen intereses, los mismos que no pueden ser perjudicados, mas sí beneficiados con los temas a difundir. Por tal motivo los ejecutivos dan pautas en la línea editorial a los directores, quienes a su vez disponen u ordenan a sus subalternos los temas que van y los que tienen que ser desechados o no elaborados como información.

Es horizontal en la redacción porque todos los días se convoca al personal operativo para diseñar lo que se va a cubrir, quién o quiénes lo van a hacer, cómo lo van hacer, cuándo y dónde, además de otros detalle. Ahí participan todos los involucrados desde la parte periodística, es entonces cuando pueden opinar, sugerir, recomendar, pero no imponer. Cuando alguien pretende hacerlo, la frase: “tú no eres dueño del medio, límitate a cumplir órdenes...” termina con la discusión si esta se produjo, aunque quienes laboran, sobre todo en los medios grandes, conocen las fronteras por dónde deben transitar.

La teoría de la Agenda Setting es la estructuración de la agenda en los medios de comunicación, lo que van a poner en consideración del público, que los mira, los escucha o los lee. La agenda es el conjunto de temas importantes en un momento determinado, en el país, por ejemplo, la violencia en los estadios, que ha terminado ya con la vida de varios aficionados, es un tema que ha estado en los medios de comunicación, tratando de encontrar respuestas que sean útiles a la posible solución de un flagelo de la sociedad.

Qué pasaba si los medios no colocaban en la agenda el problema de la violencia en los estadios y sólo se limitaban a hablar del tema en los espacios deportivos, es muy probable que no se tomaran las medidas que hoy están en vigencia, por ejemplo la prohibición de vender bebidas alcohólicas en los estadios y en sus alrededores. Esta reacción de las autoridades competentes tiene que ver con la capacidad de los medios de comunicación de dirigir la atención hacia ese tema polémico, controversial y

mediático, para conocimiento de la opinión pública, la misma que nace en los medios pero que se trasmite e influye de acuerdo a la cobertura recibida.

Hoy en Ecuador la violencia en los estadios donde se juega fútbol profesional hay que enfrentarla, por las continuas riñas, incluso muertes que ha provocado. Esto ha sido producto de la selección del tema en los medios de comunicación, de lo contrario iba a ser poco probable que la gente, es decir la opinión pública, lo considerara relevante y que las autoridades competentes tomaran cartas en el asunto.

Es indiscutible que el país atraviesa por una especie de confrontación entre el poder político (gobierno) y los poderes fácticos (ej. medios de comunicación) y que tanto un sector como el otro tienen armas parecidas; en otras palabras, hay una guerra de medios, pero eso sirve en el trabajo periodístico, para destacar que de acuerdo a cuáles sean los intereses los medios enfocarán su atención, centrarán su mirada en determinados temas y los informarán desde su óptica, dejando a veces de lado la esencia de informar, entretener y educar desde la búsqueda de la verdad.

Entonces, encontramos que los temas marcados en la agenda de los medios elaboran o construyen imágenes del accionar político que el público -al recibirlos como receptor-decodifica, piensa y elabora en su mente un mapa de prioridades de lo más importante desde el punto de vista de los medios y no desde su realidad personal.

Es decir, sólo una parte de las necesidades informativas del público son cubiertas por los medios; sin embargo, la interpretación, el análisis y los comentarios, además de la actuación, depende cómo fue enfocado el problema, encontrándose con posiciones sesgadas y antagónicas. Como ejemplo, la posición internacional y diplomática del Ecuador desde la cobertura de los medios públicos e incautados es totalmente diferente a la de los medios independientes, por tal motivo quienes ven, leen o escuchan a los unos no piensan ni comentan de la misma manera que aquellos que prefieren a los otros. El mismo tema pero diferentes opiniones, visiones enteramente contrarias derivadas de el tratamiento, de cómo se enfoca la noticia y la importancia que le otorgan en los medios de comunicación.

Dónde nace la Agenda Setting y qué significa

Nace de estudios e investigaciones realizados en Estados Unidos en campañas políticas en 1972 por Donald L. Shaw y Maxwell McCombs, juntos desarrollaron la teoría conocida como "agenda setting" ("The Agenda-Setting Functions of the Mass Media", Public Opinion Quarterly, vol. 36, 1972).

Agenda Setting hace referencia al conjunto de temas seleccionados por los medios de comunicación y que serán traspasados de la agenda de los medios a la agenda pública. El establecimiento de la Agenda Setting determina la influencia que tienen los medios sobre las audiencias. Los medios escogen los temas, las personas que demandan de ellos tienen la información de acuerdo al enfoque que estos le dan, al tratamiento e importancia.

A continuación varias definiciones de Agenda Setting:

Su nombre metafórico proviene de la noción de que los 'mass media' son capaces de transferir la relevancia de una noticia en su agenda a la de la sociedad (McCombs, M. (1996). *Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo*. En Bryant, J. y Zillmann, D. (1996), (v.o.1994). *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y Teorías*. Barcelona, Paidós).

Con la teoría de la agenda setting se consolidó un método empírico para mostrar cómo los medios de difusión consiguen transferir a sus audiencias las listas jerarquizadoras de los temas o problemas más destacados para la sociedad. Mediante el análisis de contenido de los medios y el sondeo a la audiencia se descubre que, en efecto, existe una elevada correlación entre los temas a los que dan importancia los medios de difusión y los que interesan a sus audiencias (López-Escobar, et al., (1996e). *Una dimensión social de los efectos de los medios de difusión: Agenda-Setting y consenso*, *Comunicación y Sociedad*, Vol. IX, nº 1y2).

Alianza tácita que existe entre el gobierno de un país y los medios de comunicación para comunicar a los espectadores, oyentes o lectores de un determinado medio sólo lo que interesa y ocultar al máximo lo que puede resultar peligroso o perjudicial para la estabilidad que ellos creen la correcta para su país (Chomsky, Noam (2002). *La propaganda y la opinión pública*. Barcelona, Crítica).

La Teoría de la agenda setting ofrece una explicación de por qué la información sobre ciertos argumentos, y otros no, resultan de interés para el público que vive en democracia; cómo se forma opinión pública y por qué determinados temas inducen a adoptar acciones políticas mientras otros carecen de la misma iniciativa. El estudio de la agenda setting es el estudio de los cambios sociales y de la estabilidad social (Dearing y

Rogers. (1996). *Communication concepts 6: Agenda-Setting*. Thousand Oaks, CA: Sage).

Hay muchas más definiciones importantes que llegan a concluir que la teoría de la agenda setting defiende que los medios de comunicación influyen sobre la gente al determinar qué es lo que se debe informar, qué eventos se tienen que cubrir, qué espacio e importancia se le debe dar. La jerarquización, es decir, cuáles son los temas que tienen prioridad considerando el rating (sintonía, impacto). También queda claro que muchos temas van a ser excluidos, tratados en forma superficial o simplemente borrados de la agenda.

Los temas que imponen los medios son los mismos que marcan la agenda pública, los temas que la gente comenta son los considerados importantes por la agenda mediática, las noticias que hacen trascendentes los noticieros son, de acuerdo a su relevancia, los que marcan la agenda de la gente o pública.

La teoría de la agenda setting estudia el impacto de las noticias e información de los diferentes medios, su influencia en la opinión pública, además de cómo el público observa y asimila en el cerebro, para decodificar y reaccionar como receptores de la información u opinión que emiten los medios a través de sus periodistas o analistas de o que sucede a nivel local, provincial, nacional e internacional. La percepción o certeza que se tiene dependerá mucho del enfoque y tendencia que le dé el medio a la información y opinión. Por ejemplo, el Miami Herald no tiene el mismo enfoque de la revolución cubana que Gramma, es obvio, mientras los unos descalifican todos los días el último bastión socialista del mundo, los otros ponderan y aplauden sus logros.

Está comprobado por estudios e investigaciones en comunicación que el establecimiento de la agenda está marcado por los temas que preocupan a la opinión pública, se ha demostrado que la influencia se produce desde los medios. En 1985 Behr e Iyengar realizaron mediciones que concluyeron en la unidireccionalidad en los temas que los medios de comunicación eligen cubrir, es decir, sólo se toma en cuenta en el establecimiento de la agenda lo que prioriza el medio y no la opinión pública. Para la gente los temas importantes o relevantes son los de mayor cobertura, que son impuestos y seleccionados por los medios.

Es indiscutible que hay factores o variables para asimilar la agenda de los medios, entre los más destacados constan: la educación, la experiencia, el interés y el desconocimiento o incertidumbre. Una persona educada o preparada no se deja influenciar fácilmente por un tema por el simple hecho de que un medio lo ponga todos

los días. Un ejemplo de ello es que en el país hay noticieros de televisión, diarios y radios que priorizan la crónica roja, dándole una cobertura excesiva, material para un público poco educado, con mucho morbo, rechazado por gente de nivel medio-alto; sin embargo, está demostrado que las personas con elevado nivel de preparación y conocimiento es muy influenciado por lo que lee en los medios impresos, a los que considera serios. Una parte del público que no ve las noticias porque se deprime, las considera nefastas y por lo tanto prefieren evitarlas. En conclusión, ese segmento no es influenciado por ninguna agenda de los medios.

No obstante, quienes se preocupan de los noticieros de radio y televisión, o aquellos que leen los medios impresos o digitales, tienen una relación directa, porque los medios de comunicación estructuran la agenda y la opinión pública la absorbe haciéndola coincidir en alto porcentaje con los temas que a ellos les interesa. Una reflexión que sintetiza lo dicho acerca de la influencia de la Agenda Setting: “La prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente qué tiene que pensar pero sí lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tienen que pensar” (Cohen, B. (1963). *The press and Foreign Policy*. Princeton: Princeton University Press).

Existen dos niveles dentro de la agenda setting, que corresponden a dos etapas de investigación bien desarrolladas. El primer nivel se preocupa y se centra en los temas, la hipótesis es que los medios dicen sobre qué pensar. El segundo nivel investiga sobre los aspectos en los cuales ponen énfasis los periodistas al informar sobre los hechos, su hipótesis es que los medios dicen al público qué debe pensar.

Priming (Hipótesis de la preactivación) y Framing (Efecto de encuadre)

¿Qué es el priming?

Tendencia a utilizar los esquemas más recientemente empleados o adquiridos aún en aquellas situaciones nuevas que no se encuentran relacionadas con el evento que originalmente generó el uso del esquema (D'Adamo, O., García Beaudoux, V. y Freidenberg, F. (2007). *Medios de Comunicación y Opinión Pública*. Madrid: Mc Graw-Hill).

El priming consiste en la relación que se provoca entre los efectos de la estructura de la agenda y las opiniones acerca de los personajes políticos u otros objetos. La gente antes que hacer un análisis de todos los temas recopilados, normalmente refiere aquellos que considera relevantes en el instante en que debe tomar una decisión o comentar un hecho. Son los medios los que abastecen de códigos que los ciudadanos utilizarán en sus apreciaciones políticas y sociales.

Los contenidos de los medios influyen los estándares que las personas utilizarán para juzgar a gobiernos, presidentes, políticas y candidatos (Iyengar, S. y Kinder, D. (1987). *News that Matters: Agenda-Setting and Priming in a Television Age*. Chicago, University of Chicago Press).

La gente evaluará a los políticos de acuerdo al enfoque que le den los medios, votará por quienes aparecieron más en la agenda de los medios de comunicación, sus decisiones tendrán que ver con lo más relevante, accesible y disponible, serán los temas tratados con intensidad en los medios los que lleguen a la mente del votante para decidir por quién votar.

¿Qué es el framing?

Es el proceso de selección que realizan los medios de ciertos aspectos de un tema, que son presentados como más importantes y que, por tanto, enfatizan causas particulares de los fenómenos (D'Adamo, O., García Beaudoux, V. y Freidenberg, F. (2007). *Medios de Comunicación y Opinión Pública*, Madrid, Mc Graw-Hill).

Los medios de comunicación, además de establecer en qué pensar, también nos brindan explicaciones sobre las causas y consecuencias relacionadas con las cuestiones destacadas en sus agendas.

El framing o encuadre constituye la selección que realizan los medios de ciertos aspectos de un tema, del tratamiento que se haga de la cobertura dependerá que las evaluaciones de los fenómenos sean positivas o negativas. El efecto de framing se refiere a la construcción de la opinión pública acerca de un acontecimiento o de varios, la influencia se da según la perspectiva que los medios han enfocado.

El efecto framing o encuadre se relaciona con la necesidad de los seres humanos de encontrar esquemas para categorizar e interpretar la información recibida del entorno. En este caso no interesa el peso relativo concedido por un medio a un acontecimiento, sino el modo en que se definen en el mensaje las supuestas causas que lo han provocado, sus consecuencias y sus repercusiones destacadas. Los medios proporcionan las categorías dentro de las cuales los destinatarios de una información pueden ubicarla para darle significado (D'Adamo, O.; García Beaudoux, V. y Freidenberg, F. (2007). *Medios de Comunicación y Opinión Pública*. Madrid, Mc Graw-Hill).

Queda plenamente demostrado que los medios de comunicación no solamente establecen las agendas sino que también influyen en la forma cómo la opinión pública evalúa las cuestiones, cómo el público piensa esas cuestiones.

Agenda de los medios, agenda pública y agenda política

Dentro del estudio de la teoría de agenda setting se encuentra que el proceso informativo de estas tiene relación con hacer más visibles, relevantes o importantes unas noticias y simplemente no cubrir otras, estas agendas construyen la información desde la premisa de que existe lo que está y no existe lo que no se informa. A continuación algunas consideraciones recopiladas de la agenda de los medios, agenda pública y agenda política.

a) Agenda de los medios

La agenda de los medios es establecida por los medios de comunicación en general, escogiendo los temas considerados importantes desde su posición en un momento determinado, se mide analizando los temas de cobertura en la parte periodística.

La medición de la agenda de los medios se hace con un análisis de contenido. El procedimiento consiste en realizar diferentes mediciones del tema objeto de estudio. Para ello, se contabiliza el número de artículos publicados, el número de páginas o columnas que ocupan, la ubicación que tienen dentro del medio o el total de minutos que le han sido dedicados en un periodo de tiempo, si se trata de un medio no escrito (RODRIGUEZ DIAZ, R. (2004). *Teoría de la Agenda-Setting, aplicación a la enseñanza universitaria*. España, CEE Limecomp, S.L).

Nadie puede discutir la fuerza de los medios de comunicación, en regímenes democráticos son considerados un poder más, hace poco el Ecuador tenía tres poderes de Estado: Ejecutivo, Legislativo y Judicial. Se ha dicho siempre que el cuarto poder es la prensa.

En el proceso de tematización o establecimiento de la agenda, son los medios los que señalan los puntos de concentración de la atención de la opinión pública; pero, quiénes definen la agenda, cómo lo hacen y qué parámetros sirven para escoger los temas. Se encontraron una serie de variables: la posición ideológica de los dueños, el desarrollo político del país y la región, la noticia imprevista, la necesidad de atender los requerimientos de la gente, los desastres naturales, las cumbres internacionales, las visitas de mandatarios, en fin, lo mediático o trascendente desde el punto de vista de los directores o editores de los medios.

En la actualidad se mide mucho por los niveles de sintonía, o ventas en el caso de los medios impresos, es por esa razón que han aparecido medios alternativos como los públicos, que intentan ubicar en la agenda temas relevantes que, por su naturaleza, en otros medios no tienen cabida. Hoy es posible encontrar una medios donde lo cotidiano se deja a un lado para informar, orientar y educar sobre aquello que la gente necesita, por ejemplo temas de salud que no son tratados en forma profunda por los medios de comunicación tradicionales o comerciales.

También hay que destacar que la agenda se establece o estructura diariamente de acuerdo a la competencia, todos los noticieros de televisión, considerado el medio hegemónico, se monitorean entre sí para evitar no sacar al aire alguna noticia importante. Cuando por alguna circunstancia sucede que la competencia saca una primicia, los encargados de la agenda intentarán por lo menos empatar sacando una nota leída al final de la emisión.

¿Dónde quedan las prioridades de la gente, si la agenda de los medios tiene mucho que ver con la agenda pública? Se los intenta ubicar en segmentos regionales o llamados de la comunidad, espacios para expresar requerimientos urbanos o ciudadanos que generan una vía de retorno con las autoridades o funcionarios gubernamentales que están en puestos de decisión. Sin embargo, también en estos espacios es el medio o sus encargados los que deciden qué hacer, cuándo y dónde, no es la ciudadanía sino los medios quienes finalmente deciden. Queda clara entonces la relación existente, directa o indirectamente, entre la agenda de los medios y la agenda pública.

En lo relativo a la única forma que tiene la gente de saber cuál es el problema al que hace frente en América le viene dado por las pistas que ofrecen los medios. La correspondencia entre las noticias o la agenda del medio y la opinión pública... quizás sólo sea aportada por lo que los medios muestran en las noticias, que guardan una relación pequeña o ninguna con lo que el encuestado considera destacado (Funkhouser, R.1973. "*The Issues of the Sixties: An Exploratory Study in the Dynamics of Public Opinion*", *Public Opinion Quarterly*, 37, 62-75).

En encuestas realizadas en diferentes partes del mundo sobre el Problema Más Importante (PMI) de los diferentes países, se puede concluir que la gente ubica como relevantes los temas que tienen mayor cobertura en los medios, esto es que

los medios conducen la atención hacia determinadas cuestiones y proponen los temas sobre los que el público debe pensar.

La gente asimila o desecha de acuerdo a lo que los medios incluyen o excluyen en sus agendas, el público pone atención a los temas que se tratan todos los días en los medios con relación a la importancia o relevancia, es por el contenido de los medio que la opinión pública reacciona de diferentes maneras.

En los estudios realizados por McCombs y Shaw se concluye que los medios ejercen un poderoso impacto, en este caso en los votantes, porque ubicaron los problemas que los medios de comunicación señalaban como los más relevantes, no sucedía igual con las prioridades de los partidos políticos. Estos estudios, realizados en 1968 en Carolina del Norte, Estados Unidos, establecieron la influencia de los medios de comunicación y el poder de los mismos.

Pero, ¿quién establece la agenda, quién influye? Está claro que los dueños y ejecutivos de las empresas de comunicación juegan un rol protagónico, grupos de poder que tienen intereses económicos, políticos y sociales. También el poder político, puesto que es determinante en la conformación de la agenda de los medios, tiene una relación, en este caso de doble vía, y como se señaló antes, la relación con el público es unidireccional.

En los medios la agenda es estructurada por los directores, editores o periodistas de los medios considerando a los poderes de influencia mencionados, son quienes seleccionan, codifican y difunden ciertas cuestiones y eliminan otras, sesgando la orientación de la opinión pública e influenciando en ella. Esto, además, tiene que ver con el hecho de que hay una cantidad enorme de noticias y los espacios son reducidos, existen compromisos con la publicidad y otros contenidos (farándula, deportes, sociales, etc.).

A pesar de lo señalado, es fundamental que quienes deciden la agenda en los medios intenten el ejercicio de seleccionar los temas que reflejen la realidad, sabiendo de antemano que es imposible cubrir todo y que mucho de ese todo es necesario comunicar a la gente, es donde el rigor y ética del periodista debe participar con mucha sensibilidad.

La agenda de los medios marca la pauta de lo que se informa y opina, no se tiene otra referencia, los temas que preocupan a la sociedad son a los que los medios le dan cobertura en el Ecuador. La desocupación, la inseguridad, los altos precios de los productos y la corrupción están en los medios y también en la mente de la

opinión pública; pero, ¿esas son sus verdaderas preocupaciones? Casi seguro no, sin embargo es lo que ve, lee y escucha en los noticiarios de televisión, prensa y radio, también es lo que se incluye en los medios digitales, tan de moda en la actualidad.

¿Cómo se decide la agenda de los medios? La metodología utilizada es el análisis de contenido de un tema en una o varias publicaciones o medios audiovisuales, la importancia que se le da, no sólo debe cuantificarse sino también considerarse los espacios y los títulos. Generalmente la medición se la hace en los medios impresos y en la televisión, la radio no es considerada por su diversidad y complejidad al momento de las investigaciones, los medios escogidos normalmente no pasan de tres, por lo costoso y difícil que es para quien realiza el trabajo.

Los estudios empiezan desde la aparición de un tema y su posterior influencia en la opinión pública. Para ello se escoge un tema, o varios, se hace un seguimiento mínimo de tiempo, que pueden ser semanas o meses, hasta poder apreciar el tiempo que tarda un tema de la agenda de los medios en aparecer en la agenda pública.

La medición no es cualitativa, es cuantitativa. Lo que se mira es la frecuencia de los artículos o notas que salen en los medios sobre el tema o los temas escogidos; además, se consideran los que tiene relación o son vinculantes de alguna manera.

Finalmente, se puede afirmar que todos los estudios realizados llegan a la conclusión de que la agenda de los medios influye en la agenda pública, la misma que se destaca a continuación. “Los medios de difusión transfieren al público, tanto la precepción de los ‘temas’ o ‘problemas’ sobre los cuáles se ha de fijar la atención, como su propia importancia relativa o ‘prominencia’ dentro de la propia agenda” (Canel et al, 1996, p.20).

b) Agenda pública

En el proceso de la Agenda Setting la agenda pública es de gran importancia, es la que mira el contenido y prioriza los temas escogidos o preferidos por la opinión pública. Se mide a través de encuestas a la gente, en las cuales se pregunta sobre el Problema Más Importante del país. Las respuestas más representativas de la población encuestada son consideradas para la agenda pública. Hay dos

formas de realizar estas encuestas, la abierta y la de entregar una lista cerrada, con ventajas y desventajas.

La alternativa de las preguntas abiertas otorga gran espontaneidad a la hora de enunciar asuntos, pero favorece a los encuestados con mayor destreza verbal para expresar sus ideas. Las dos opciones de puntuación y jerarquización de los temas de una lista igualan a todos los encuestados pero suponen que todos los interrogados son conscientes por igual de los asuntos de controversia pública y, al mismo tiempo, restringen su intervención a expresar un punto de vista sobre la propuesta de los investigadores (Wimmer, R. y Dominick, J. (1994). *Mass Media Research. An Introduction*. Belmont, CA, Wadsworth).

Hay algunos factores que determinan la medición de la agenda pública: el marco temporal, el nivel de educación, la clase social, el tipo de medio comunicación más usado por la audiencia, la experiencia familiar, etc. Pero hay que resaltar que son los medios de comunicación, con su escogitamiento temático, los que marcan la agenda pública.

La herramienta más utilizada en la agenda pública es la pregunta: ¿cuál es el problema más importante? Al ser una pregunta abierta le ofrece a los entrevistados libertad, pero hay quienes consideran que los encuestados no necesariamente van a contestar cuál es el problema que efectivamente les afecta, sino lo primero que se les ocurra en ese momento. Esta interrogante se utiliza desde 1935 por parte de George Gallup.

La agenda pública es el grado o jerarquía de importancia que da el público a determinados aspectos noticiosos durante un periodo de tiempo. Dos tipos de estudios de agenda setting han conducido a conocer la agenda pública: a) estudios de jerarquización centrados en los temas más cruciales que a juicio de la audiencia forman la agenda pública, y b) estudios longitudinales en donde las investigaciones de la agenda setting han medido las subidas y bajadas de un tema o varios a lo largo de un periodo largo de tiempo (Dearing, J. y Rogers, E. (1996). *Communication concepts 6: Agenda Setting*. Thousand Oaks, CA, Sage).

Respecto a los temas, se debe considerar que llega un momento en que desaparecen de la opinión pública y es normalmente porque desaparecen de los

medios, es decir, tienen una movilidad temporal, excepto aquellos que son de preocupación nacional o mundial, como por ejemplo la crisis económica, el calentamiento global, la inseguridad.

En los diferentes estudios realizados se ha llegado a la conclusión de que los temas que preocupan a la población son limitados, por tal motivo los medios imponen el resto de temas que se cubren o informan. En otras palabras, en los tres o cuatro temas que tiene en mente la opinión pública la agenda de los medios influye, en el resto de temas son los medios que determinan su vigencia.

La agenda es manejada desde lo mediático, nunca desde una visión de futuro, hoy hay inundaciones, el factor climático preocupa; pero no se dice qué repercusiones va a tener en la economía de los afectados, directa o indirectamente, por ejemplo, por la escasez que se va a sufrir de ciertos productos ya que los sembríos se perdieron.

La relación entre la agenda de los medios y la agenda pública es unidireccional, se ha demostrado que los medios no cubren lo que la gente quiere o necesita, que sus preocupaciones no son las prioridades de los medios, que las cuestiones que eligen cubrir no son por influencia de la opinión pública. Las noticias seleccionadas por los medios y la importancia que se les da es lo que motivará a la audiencia para ubicar en el ranking los temas destacados. En resumen, los temas que cuentan con mayor cobertura son percibidos por el público como los más importantes.

c) Agenda política

Es la agenda que “se vincula con el diseño de políticas y con las prioridades establecidas por las élites políticas y usualmente se mide por acciones políticas, tales como la presentación de nuevas leyes con referencia a una cuestión, los presupuestos y otras decisiones legislativas” (D’Adamo, García, Freidenberg, (2007)).

También llamada institucional, tiene una relación de ida y vuelta con la agenda de los medios, es decir que es de doble vía. Se relaciona con las decisiones que se toman en el poder político o poderes del estado: Ejecutivo, Legislativo, Judicial, Electoral y Ciudadano.

La agenda política es la encargada de generar nuevos temas que influenciarán en las otras agendas, causarán el efecto sorpresa. Quienes estructuran la agenda en los medios, aparte de los temas que ya tienen una permanente preocupación,

necesitan novedad para que sus noticiarios tengan atractivo y, como consecuencia lógica, obtengan un buen nivel de sintonía.

Está comprobado que existe una relación directa entre la agenda de los medios y la agenda política. Algunos legisladores, por ejemplo, presentan sus proyectos de leyes por lo que ellos consideran es necesario legislar para mejorar las condiciones de vida de las personas de un sector, ciudad, provincia o país. Pero también se encuentran aquellos proyectos que se presentan por la coyuntura mediática, por ejemplo la Ley de Comunicación, que se instaló en los medios con todos los asambleístas participando del debate. Se puede decir, entonces, decir que los legisladores actúan de acuerdo a lo que aparece en los medios de comunicación, especialmente en la televisión, que es el medio hegemónico. Los políticos reaccionan ante los requerimientos de la opinión pública.

Cuando se establece la agenda diaria en los medios más importantes, se considera fundamental a quienes cubren las fuentes políticas, por lo general son los reporteros o periodistas de mayor capacidad y mucho recorrido. Todos los días hay que estar atentos al desarrollo en la Presidencia de la República y en la Asamblea Nacional. También hay que prestar atención al desarrollo de la actividad de los movimientos sociales, ellos proponen muchos temas de interés que normalmente se ven reflejados en las coberturas de los medios.

Las instituciones y actores políticos son necesarios para el trajinar periodístico, razón por la que la relación entre periodistas y políticos es estrecha, pues se benefician los unos de los otros. Los políticos necesitan difundir su trabajo para que demostrar su labor a sus votantes o futuros aliados, y los periodistas necesitan las noticias que estos generan, estar en la fuente y con la fuente.

Si se entiende que los 'mass-media' construyen la realidad social y por ende la opinión de la gente, y esta a su vez la agenda de actividades políticas, se concluye que los medios de comunicación influyen en los políticos y su agenda de actividades.

Todos los días se ve desfilar a los políticos por los medios masivos de comunicación, opinando y analizando los temas coyunturales y del momento, quienes no son invitados están fuera del escenario, quienes van siempre a la televisión son los que tienen mayor imagen. Cuando alguno quiere destacar o informar alguna labor, sus relacionistas públicos se acercan a los medios a pedir que se los incluya en la agenda de invitados, pero normalmente son los

encargados en los medios quienes, de acuerdo a los temas de actualidad, invitan a los protagonistas de la noticia.

En el país, las acciones del gobierno y, en especial, del Presidente de la República marcan e influyen en las demás agendas. Cabe recordar que no sólo existen medios privados, también hay medios públicos y medios incautados en manos del gobierno. Entonces se encuentra una gran presencia diaria de los acontecimientos políticos y sociales en las portadas de los medios impresos, lugares preponderantes en las noticias de televisión que finalmente son las que marcan el camino a los medios radiales y digitales.

Los temas de la agenda política son los causantes de los debates que incluyen a las agenda de medios y pública. Una declaración, una ley, una confrontación, un viaje, actos de corrupción, una designación, inauguraciones, ruedas de prensa, sabatinas, etc., son considerados en el día a día de los medios y puestos en la mente de la gente. Las cuestiones institucionales provocan una serie de consecuencias que, como se ha destacado, se reflejan en las otras agendas.

Otros temas que son relevantes para la agenda política se presentan en diferentes partes de mundo, hace poco la visita del Papa a México y Cuba, la cumbre de las Américas en Colombia sin la presencia del mandatario ecuatoriano, el terremoto de Japón, los acontecimientos que han provocado la Primavera Árabe, la enfermedad de Hugo Chávez, los Mundiales de Fútbol, los Juegos Olímpicos, el matrimonio real en Inglaterra, el atentado a las Torres Gemelas, la crisis europea, en fin, una larga lista en un mundo globalizado que ya no solamente se circunscribe a lo local, regional o nacional, sino que tiene una visión global porque así está dada la exigencia de las audiencias actuales.

2.2 Agenda Setting en el mundo

Hoy se puede decir que el campo de acción de la teoría del establecimiento de la agenda es muy amplio. Aunque relacionada con los medios de comunicación, su nacimiento tuvo que ver exclusivamente con el accionar político. Todo comenzó en la ciudad de Chapel Hill, en Carolina del Norte, Estados Unidos, en 1968, siendo los fundadores Maxwell McCombs y Donald Shaw. Esto ocurrió durante las elecciones presidenciales en Estados Unidos en las que participaron Hubert H. Humphrey y Richard Nixon.

En los estudios realizados hallaron que las cuestiones que los votantes encontraban más importantes tenían directa relación con la intensidad de cobertura que habían

logrado esos temas en los medios de comunicación. Saperas considera el trabajo de McCombs y Shaw como una ruptura, “en el marco de la investigación estadounidense, la primera ruptura consolidada respecto del análisis de la comunicación política fuera del ámbito estricto de la persuasión, así como también significó el definitivo paso de la comunicación comercial a la comunicación política como ámbito de estudio empírico en el que se producirá la mayor innovación teórica” (Saperas, E. (1998), *Manual Básico de la teoría de la Comunicación*, Barcelona, CIMS).

Se realizó un sondeo o encuesta a 100 votantes indecisos de Chapel Hill, Carolina del Norte, con la idea de que estos votantes serían los más receptivos e influenciables, se les efectuaron entrevistas personales durante un periodo de tres semanas antes de las elecciones. La pregunta definía los problemas más importantes que el gobierno debía atender o concentrarse, fueron cinco temas señalados con mayor frecuencia por los entrevistados. Al mismo tiempo escogieron medios de comunicación para establecer la relación que tenían con la agenda pública. La conclusión a la que llegaron es que las cuestiones que considera el público son las abordadas por los medios de comunicación.

La correlación entre el tema que obtuvo mayor énfasis dentro del conjunto de temas que aparecieron en la campaña sostienen que los medios y los juicios de los votantes se relacionan de forma muy significativa. En resumen, estos datos sugieren que existen una fortísima relación entre el énfasis que dan los medios de comunicación a diferentes temas de una campaña electoral y la importancia que dan los votantes a varios de esos temas de la campaña destacados en los medios (McCombs, M. y Shaw, D. L. (1972). *The Agenda Setting function of the mass media*. Public Opinion, Quarterly, N° 36).

De ahí en adelante se han realizado muy importantes publicaciones de la Agenda Setting, en 1973 Funkhouser hace estudios paralelos sin vinculación al señalado que se refieren a los estudios longitudinales de la agenda pública y la exploración de la relación entre indicadores del mundo real y la agenda de los medios.

Se destaca a continuación una serie de estudios e investigaciones que han servido en el proceso de establecimiento de la agenda: Walter Lippmann 1922, “Public Opinion” que empezaba con el primer capítulo ya traducido, “El mundo afuera y las imágenes en nuestra mente”. Harold Lasswell 1948, “Poder y de la personalidad”, se refiere a dos funciones de los medios: vigilancia y correlación, “¿Quién dice qué, a quien, por qué canal y con qué efecto?”. Paul F. Lazarsfeld y Robert K. Merton 1948-1964,

“Identificando las funciones de los medios y papel a la hora de destacar los temas”. Bernard Cohen 1963, “Enunciando la metáfora de la agenda setting”. Roger Cobb y Charles Elder 1972-1973, “Explicando un modelo de proceso de Agenda Setting”. Shantolyengar y Donald Kinder 1987, “Investigación experimental de agenda pública en análisis micro nivel”.

En los Estados Unidos, donde nació la Teoría de la Agenda Setting, tiene una gran resonancia la agenda de la Casa Blanca y de todos los ministerios y otros organismos gubernamentales, así como las del The New York Time y The Washington Post. Esto pasa en todo el mundo, los encargados de la agenda de los medios pasan horas pensando qué es lo que hay que cubrir, informar o comentar. La cobertura siempre se hará la posición que se tiene frente al gobierno de turno. En España, otro país donde se ha desarrollado el estudio de la agenda setting, es enorme la influencia de los diarios El País y ABC, que desde su postura política marcan la agenda, vinculados al Partido Socialista y al Partido Popular, respectivamente. Estos diarios, algunos temas, que tienen relación directa con la agenda gubernamental tratan de ocultarlos, por ejemplo en España se hablaba de fútbol y no de las tropas desplazadas a Medio Oriente, porque eso era rechazado por la gente que no quería meterse en una guerra que no les pertenecía.

Los temas internacionales son impuestos en la agenda mediática por las grandes cadenas: CNN, Telemundo, BBC, NBC, Televisa, TV Azteca, CBS, TVE. En los canales locales ni siquiera se toman la molestia de cambiar los audios con voces propias, les dejan con el audio original. La información del mundo que se lee, observa y escucha no tiene nada que ver con el ejercicio periodístico riguroso, este es un simple trabajo de selección de lo que nos entregan estas grandes cadenas televisivas o agencias de noticias desde su visión e intereses.

A continuación se enumeran varios estudios realizados en España acerca de la agenda setting: Raquel Rodríguez Díaz (2004), “Teoría de la Agenda Setting, aplicación a la enseñanza universitaria”. Klaus Krippendorff (1990), “Metodología de análisis de contenido, teoría y práctica”. Juan Antonio Gaitán y José Luis Piñuel (2004), “La agenda temática sobre educación en la prensa digital: Las TIC’s entre otros temas”. David J. Moscoso Sánchez y Víctor A. Delgado (2003), “Los deportes de aventura en la prensa deportiva española”.

El rol de los periodistas y de los medios de comunicación en el mundo entero es de gran valor, pues son los responsables de acercar al público la realidad, a veces muy incómoda realidad que pone en peligro el trabajo y hasta la vida del profesional. A

pesar de que en el entorno nacional existe una gran influencia desde el poder en las redacciones, si el profesional se impone como objetivo la búsqueda de la verdad con rigor y ética, tratando en lo posible de no perjudicar al receptor, siempre habrá espacio para entregar diariamente un buen producto al aire.

En la región son destacables las conclusiones a las cuales llegó el Observatorio de Medios para América Latina del 2008: “Observamos que la aceptación ciudadana de la oferta mediática es indulgente, por múltiples factores, entre ellos la vinculación tan fuerte de los medios audiovisuales con el entretenimiento, su dependencia excesiva del mercado y la publicidad, la carencia de responsabilidades empresariales mediáticas, el ausentismo del Estado como actor regulador, el carácter gratuito que tiene su uso para las audiencias y la carencia de leyes o exigencias competitivas en el otorgamiento de licencias”.

En Latinoamérica el deterioro democrático determinó que los medios de comunicación asumieran un rol protagónico, ante la ausencia de líderes y partidos políticos fuertes y bien estructurados, fueron los medios quienes ocuparon ese espacio, adquiriendo una gran connotación en lo económico, social, político, educativo y en general, donde las audiencias están prisioneras de las agendas mediáticas de los medios. Los medios en América Latina han ganado un gran espacio, posicionándose en un Estado de Opinión dejando a un lado el Estado de Derecho que determinan las constituciones de los diferentes países.

Queda claro entonces que los medios de comunicación en América Latina han tenido una gran incidencia en el desarrollo democrático de cada país, su historia y su protagonismo los hacen actores de primera fila en el fortalecimiento -o debilitamiento- de la democracia. La agenda mediática que los medios establecen juega, qué duda cabe, un papel fundamental en la promoción de los valores democráticos, en instituciones del Estado y en la apertura a la ciudadanía o grupos desprotegidos.

2.3 Agenda Setting en el Ecuador

Como se ha afirmado líneas más arriba, la Agenda Setting es la capacidad que tienen los medios de comunicación de masas para atraer la atención de la opinión pública hacia ciertos temas, ubicados como los más importantes en un momento determinado. Se ha visto a lo largo de este trabajo de tesis quiénes y cómo estructuran la agenda de los medios más importantes. En el país el establecimiento de la agenda tiene una relación directa con la política.

Desde que el presidente Rafael Correa asumió el poder, el 15 de enero del 2007, los cambios en la relación poder-medios estaban tácitamente establecidos. A pesar de que la aparición del joven economista en la arena política ecuatoriana fue producto de lo mediático, también estaba claro que al ser de naturaleza confrontativa, su relación y la de su gobierno con periodistas y medios hegemónicos iba a sufrir serios inconvenientes

Tal vez el caso más sonado en el arranque de su gobierno fue el distanciamiento con el entrevistador Carlos Vera y el canal Ecuavisa, quienes en la campaña electoral, en la primera vuelta, y especialmente en la segunda, apoyaron incondicionalmente al candidato Correa. Con la victoria nadie dudó de la gran influencia que podían tener en el ejercicio del poder, mas eso no sucedió y lo que observó el público y votante fue un desenlace fatal que terminó con la salida de Vera del canal.

Un poco más adelante aparece en el escenario la confrontación con Teleamazonas, principalmente con su entrevistador Jorge Ortíz, se dice que motivados por una vieja rencilla entre el Presidente de la República y el dueño o máximo accionista del Grupo Pichincha. Impasse que pasó, además, por los tribunales, con sentencia favorable para el economista Correa. Esta pugna fue recogida por la Asamblea Constituyente de Montecristi, que en la Constitución estableció la prohibición de tener medios de comunicación a quienes tenían otros negocios en el país, quienes ya los tenían contaron con un tiempo límite para venderlos, situación que hasta ahora no está muy clara pues el propio presidente admite que no se vendieron y que detrás de ellos siguen los mismo dueños.

Sanciones, plantones, renunciaciones y una permanente disputa han sido la tónica entre el Poder Ejecutivo y la televisora. Incluye el culebrón permanentes ataques, incluso de orden personal hacia las periodistas que hoy conducen el noticiero matutino y que remplazaron a Jorge Ortíz quien, admitió su retiro para que el canal no tenga tanta presión gubernamental.

Pero lo que trascendió más allá de las fronteras nacionales fue el juicio penal que siguió el primer mandatario contra el editor de opinión de diario El Universo, Emilio Palacio, y sus tres dueños, Carlos, Cesar y Nicolás Pérez, quienes fueron sentenciados a tres años de cárcel y al pago de 40 millones de dólares como indemnización. Finalmente, el presidente decidió la remisión con lo cual se terminó el juicio, en el que llegaron a participar organismos internacionales para defender la libertad de expresión. Aún hoy siguen las repercusiones por este bullado caso.

Otro acontecimiento histórico en este relato fue la incautación de medios de comunicación pertenecientes a los dueños de la banca cerrada, quienes por sus deudas con la ex AGD tenían obligaciones incumplidas. Canales importantes como Gamavisión, TC Televisión, Cablenoticias, Cabledeportes y América Televisión, pasaron a manos de la Secretaría de Comunicación, además de varios radios y periódicos.

El panorama no se completa sino se señala que de los medios públicos unos fueron reactivados y otros creados para que, entre comillas, estén al servicio del Estado. Aunque es evidente que tanto la radio como la televisión pública y el periódico El Ciudadano están al servicio del gobierno. Hoy todos estos medios se concentran en un solo edificio, donde además funcionan las oficinas de la Secretaría de Comunicación.

Desde el inicio del primer gobierno de Correa, cada sábado el presidente rinde cuentas a la ciudadanía a través de un enlace al que se suman tanto los medios públicos como los privados, son las sabatinas, que retransmiten los privados sin ningún beneficio económico. Es probable que los medios de provincia, asiduos retransmisores de las sabatinas, esperen que les bendigan con la codiciada propaganda gubernamental.

La gran inversión publicitaria es otro factor que merece destacarse antes de ingresar al análisis de cómo se establecen las agendas en el país. La presidencia, la vicepresidencia, los ministerios, organismos de desarrollo y toda institución gubernamental que haya hecho algo trascendente, promocionará su obra con campañas agresivas de publicidad en todos los medios posibles en el país, reivindicando la labor del gobierno de la Revolución Ciudadana.

Finalmente, desde el 2009 se trata y se debate una controvertida Ley de Comunicación, en la Asamblea Nacional. Tiene este proyecto visos de control por parte del gobierno, no solo en la parte administrativa, también en la del contenido periodístico. La reversión de frecuencias es uno de los temas pendientes, que cambiará totalmente el mapa de los medios de comunicación en el Ecuador.

Nadie duda de que los poderes fácticos han cogobernado durante décadas, tal vez desde el mismo inicio de la República. Los medios de comunicación, sus dueños o accionistas, han influenciado en la toma de decisiones en diferentes momentos clave de la historia nacional, al punto de llegar a conformar los gabinetes ministeriales, las misiones diplomáticas o participar en grandes negocios que los gobiernos de turno realizaban en diversas actividades.

Con estos antecedentes y sucesos ocurridos desde que asumió el poder Rafael Correa, la agenda de los medios cambió. Las distintas reformas han provocado grandes controversias con los sectores afectados, sin embargo el mayoritario apoyo ciudadano en varias elecciones ha logrado conservar la estabilidad democrática que desde 1996 se había perdido. La caída de sucesivos gobiernos, desde la llegada de Bucaram hasta el derrocamiento de Gutiérrez, habían dado un lugar preponderante a los medios de comunicación y los tradicionales partidos políticos.

Rafael Correa, desde su gobierno, comenzó a enfrentar a los partidos políticos y a sus líderes, a los que poco a poco fue debilitando. Logró ubicarlos en el cartel de la “partidocracia”. Ya sin opositores ni oposición, se dedicó a enfrentar a los medios privados o “independientes”, proclamado un Estado de Derecho y no de Opinión.

Mientras eso ocurría, simultáneamente, los medios públicos y los incautados se dedicaban a reflejar una política de comunicación encaminada a fortalecer la imagen institucional y también la imagen presidencial. Las críticas a quienes se oponen no se hacen esperar, cada sábado el presidente contesta a los medios y periodistas que no comulgan con sus ideas, o a quienes desde su juicio distorsionan y desinforman. Además, con el mecanismo de cadenas de radio y televisión el gobierno contrarresta cualquier posición adversa que sea interna o externa, para desvirtuar cualquier cuestionamiento que pueda significar peligro en la percepción de la gente.

Es indudable que los medios públicos tienen otra visión, sus agendas son diferentes a las de los medios privados, sus coberturas incluyen la voz ciudadana, dan otro tratamiento a la vulnerabilidad institucional, enfatizan en la estabilidad democrática, los excluidos y olvidados tienen espacios representativos, se han retomado casos de derechos humanos que habían sido archivados, la agenda de eventos deportivos no se enfoca sólo al fútbol profesional. Se puede decir que la agenda política tiene mucha relación con la agenda de los medios públicos.

Los medios privados, a diferencia, hacen hincapié en la violación de los derechos políticos y las libertades, ven como una amenaza permanente la fortaleza que el apoyo de la ciudadanía concede al gobierno, producto desde su punto de vista en un asunto clientelar, populista, financiado por los altos precios del petróleo y la gran recaudación de impuestos, que le permiten satisfacer requerimientos básicos de la población.

Los medios independientes, a través de invitados o analistas, equilibran el escenario político; mientras en los públicos e incautados sólo participan las voces oficialistas, en los privados tienen espacio los opositores. Otro hecho realmente notable es que la confrontación ha inducido a que, por el mantenimiento del negocio, los canales de

televisión -que es el medio hegemónico en el país-, creen espacios informativos para que la gente se pronuncie, bajando el tono al enfrentamiento mediático y tratando de mantenerse con altos niveles de sintonía. Estos espacios están visibilizando a la comunidad, que sin ellos no podía expresar sus necesidades y solo reflejaba sus preocupaciones de temas que imponían los medios o los políticos.

La Agenda Setting no tiene muchos estudios en el Ecuador, a pesar lo cual varios observatorios de medios monitorean al país, considerado hoy como esencial por las permanentes denuncias contra la libertad de expresión. Entre algunas conclusiones refieren la influencia política en la agenda pública, la intromisión en la publicidad y el entretenimiento. En referencia a la publicidad y su influencia, los canales y los otros medios viven de la parte comercial, entonces sobrevenden los noticieros estelares, cortando aún más el tiempo que se tiene para informar, que ya por la naturaleza del medio es reducido. El entretenimiento o espacios de farándula han ido ganando protagonismo. Un noticiero que no tiene segmento rosa no está compitiendo con las nuevas tendencias, inclusive los ponen en los mismos horarios con la competencia para comparar el encendido.

Las malas noticias, la crónica roja y la inseguridad tienen poco espacio en los medios públicos e incautados, en los medios privados poseen mayor relevancia. El bajo nivel educativo de la población es aprovechado para sumar puntos en el rating. El tema de la inseguridad es aprovechado para destacar uno de los problemas sociales que el gobierno no ha podido controlar, es una estrategia de debilitamiento de la imagen del gobierno. Todos los días las portadas de los diarios salpican sangre, unos más que otros, quieren demostrar que el tema no es sólo percepción sino realidad. Ahí, por ejemplo, vemos que una cuestión impuesta por los medios repercute en la agenda de los políticos, la restructuración de la justicia y todos los operativos que se realizan contra las bandas organizadas que operan en el país y que inclusive tienen relación con el crimen organizado de otros países, son medidas que el gobierno ha tomado por el establecimiento de la agenda de los medios en el Ecuador.

¿Cuáles son hoy las preocupaciones de los ecuatorianos? Según Cedatos, mientras en el 2008, después del primer año de gobierno de Rafael Correa, la población consideraba como PMI el costo de la vida, hoy esa preocupación pasó a ocupar el tercer lugar, superada nítidamente por la inseguridad y el desempleo. Los porcentajes son: Inseguridad 30%, desempleo 21% y costo de la vida 14%. Igual percepción se registró en otra encuesta realizada por Perfiles de Opinión, en la que se le preguntó a la gente cual consideraba el Problema Más Importante del país.

¿Por qué este cambio? Tiene que ver con la sensación de estabilidad que vive el ecuatoriano. Es el crecimiento de la economía y la disponibilidad de más circulante por los altos precios del petróleo, además de una gran inversión pública que se suma al congelamiento o reducción de tarifas de servicios básicos como luz, agua, teléfono, internet, combustible, etc. Entonces los medios de comunicación de masas no incluyen como tema prioritario la inflación, que antes era tratado en portada.

La inseguridad tiene en vilo a la ciudadanía. Desde que el gobierno tomó la decisión de abrir las fronteras, miles de extranjeros arribaron al país, algunos con vinculación con las mafias internacionales. Circunstancia que ha desatado un incremento de la delincuencia, con enorme repercusión social. Los medios le dedican tiempo todos los días, con testimonios y análisis de cómo la situación se desborda, colaborando para que la gente traslade su preocupación a la agenda pública.

Algunas ONG, como Fundamedios, instituciones de investigación como Ciespal y los Observatorios de Medios de América Latina, miden la agenda mediática en Ecuador, lo hacen cuantitativa y cualitativamente; sin embargo, son pocos los estudios de la teoría de la agenda setting en el país.

CAPÍTULO III: INVESTIGACIÓN, ANÁLISIS DE CONTENIDOS DE SEMANA COMPUESTA

3.1 Metodología: Análisis de contenidos por medio de la ficha de información

3.1.1 Técnica empleada

La técnica utilizada es la elaboración de fichas, esta consistió en registrar los datos que se iban obteniendo en el monitoreo de los noticieros los días 16 y 24 de abril; 2, 10 y 18 de mayo del año 2012, las cuales, debidamente diseñadas y ordenadas, contienen la mayor parte de la información que se ha podido recopilar en la investigación. Denominada ‘Semana Compuesta’, por recoger la información de todos los días, es decir: lunes, martes, miércoles, jueves y viernes, de los noticieros estelares de Ecuavisa, se constituye en una muestra representativa.

El levantamiento de la información se realizó en una plataforma informática, la misma que es un repositorio para efectuar este trabajo de investigación. Cada noticia tiene su ficha de la emisión estelar diaria. De acuerdo a un cronograma establecido se grababan los noticieros del medio seleccionado (Ecuavisa) y después se procedía a rescatar toda la información, nota por nota, llenando los requerimientos de las fichas, que contenían preguntas que se contestaban tomando en cuenta diferentes parámetros. La evidencia se la puede encontrar en los anexos de este trabajo investigativo, en formato DVD.

Las fichas cuentan con nueve apartados que más adelante vamos a describir, donde llenamos la información del medio, fecha, hora de emisión, tema de la noticia, titulares, sección, tiempo, fuentes, estilos utilizados, estructura de la noticia, narración, enfoque, valores.

3.1.2 Descripción de los nueve apartados

- 1.- Identificación.
- 2.- Origen de la información.
- 3.- Naturaleza de las fuentes.
- 4.- Fórmula de identificación de los protagonistas de la información.
- 5.- Estructura de la información y formato de las noticias.
- 6.- Tratamiento de contenidos.

7.- Enfoque.

8.- Desequilibrios informativos.

9.- Valores.

3.1.3 Descripción del medio asignado

El medio investigado fue ECUAVISA, canal de televisión con cobertura nacional e internacional (Estados Unidos, Italia, España y el mundo entero a través del internet), con amplia trayectoria en el campo noticioso y, además, con mucha credibilidad en el público del país.

La emisión escogida fue la estelar de las 20 horas, es el noticiero de televisión más visto en la historia del Ecuador¹, líder de la franja por muchos años. Conducido por el periodista Alfonso Espinoza de los Monteros. Considerado como un medio de comunicación independiente, aunque las fuentes gubernamentales afirman que es parte de la oposición al gobierno del presidente Rafael Correa.

Pertenece a la familia Alvarado Roca, dueña del grupo Vistazo, que aglutina a varios medios impresos, además de otros medios como Ecuavisa Internacional y Univisa. La señal es emitida desde Quito y Guayaquil.

Canal 2 de Guayaquil fue fundado el 1 de marzo de 1967 por el empresario Xavier Alvarado Roca, mientras que Televisora Nacional en Quito, o canal 8, fue fundado el 22 de junio de 1970 por el periodista Jorge Mantilla Ortega. En 1985 fue vendida al grupo Alvarado Roca. Así se constituye Ecuavisa, con dos señales que normalmente están integradas a nivel nacional, pero que de acuerdo a intereses de programación pueden independizarse.

Al tener una programación variada, llega a todos los estratos sociales del Ecuador, con producción nacional e internacional. Suyos son los noticieros líderes, que son parte fundamental en el establecimiento de la agenda informativa del país. También tiene los derechos para todo el Ecuador y a nivel internacional de las transmisiones de fútbol profesional de los equipos: El Nacional, Deportivo Cuenca, Emelec y Barcelona.

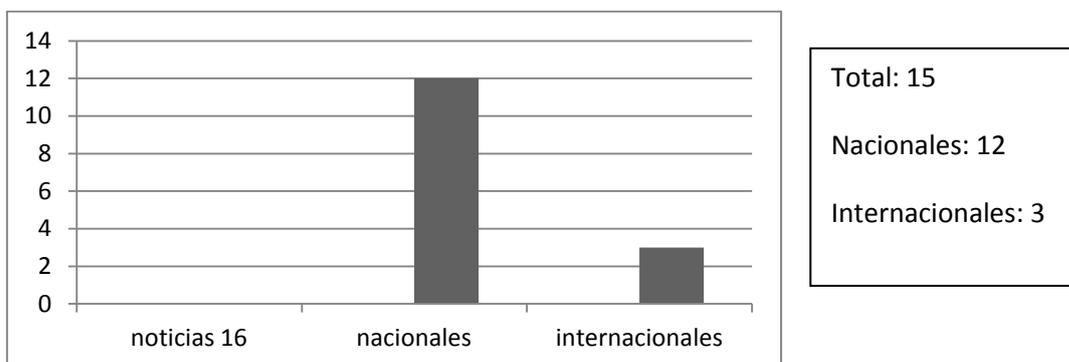
Cuenta con prestigiosos periodistas, entre los que se destacan: Alfonso Espinoza de los Monteros, Estéfani Espín, Teresa Arboleda, María Isabel de

¹ Según IBOPE (empresa de investigación de audiencias y mercados).

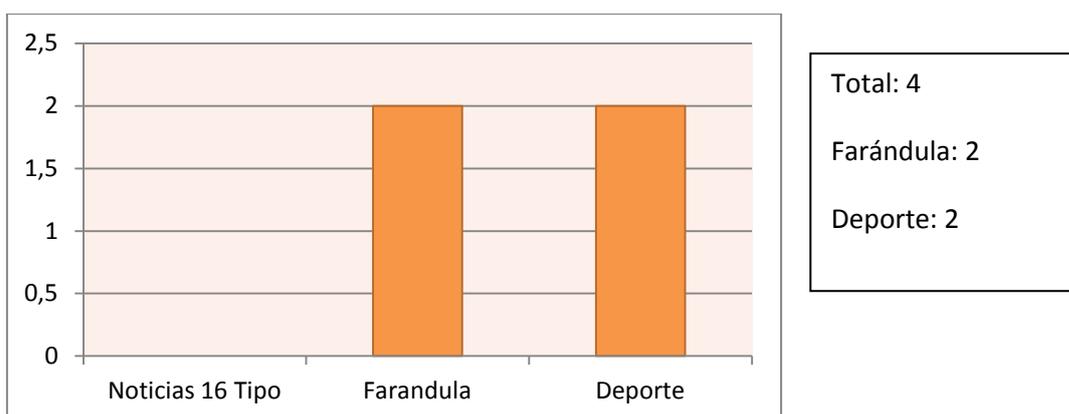
Lebed, Gabriela Baer, Fabián Gallardo, Alfredo Pinoargote, Félix Narváez, entre los principales. Además de una cantidad de anchors que participan en diferentes programas de entretenimiento.

3.2 Presentación de cuadros estadísticos

Emisión del lunes 16 de abril



Este cuadro refleja el total de notas del día lunes 16 de abril del año 2012. Todos los lunes la Secretaría de Comunicación Nacional ordena una cadena que dura de 10 a 12 minutos, por este motivo sólo se presentan 15 notas, que en este caso son 12 nacionales y 3 internacionales. Están incluidas todas las noticias de todos los segmentos. Los noticieros son importantes en Ecuavisa, sin embargo tienen un tiempo para salir al aire y no interrumpir la continuidad de la transmisión con sus programas y publicidades.

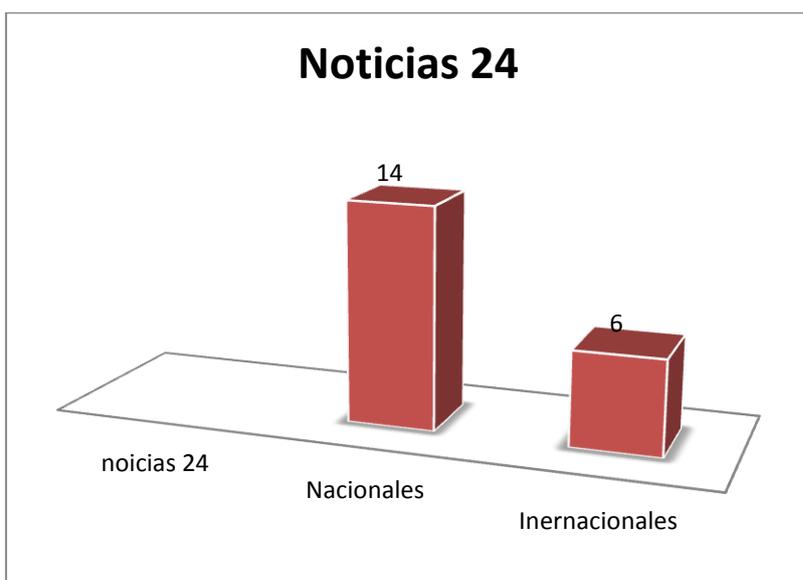


En este segundo cuadro, del lunes 16 de abril del 2012, se nota que los deportes y la farándula son segmentos que salen al aire por estar comercializados, es evidente que por la falta de tiempo apenas presentan 2 noticias deportivas y 2 de farándula, cortas para apresurar su presencia en pantalla. Esto sólo ocurre en Ecuavisa, si se compara con su competencia, Teamazonas, es notorio que los segmentos deportivos y de

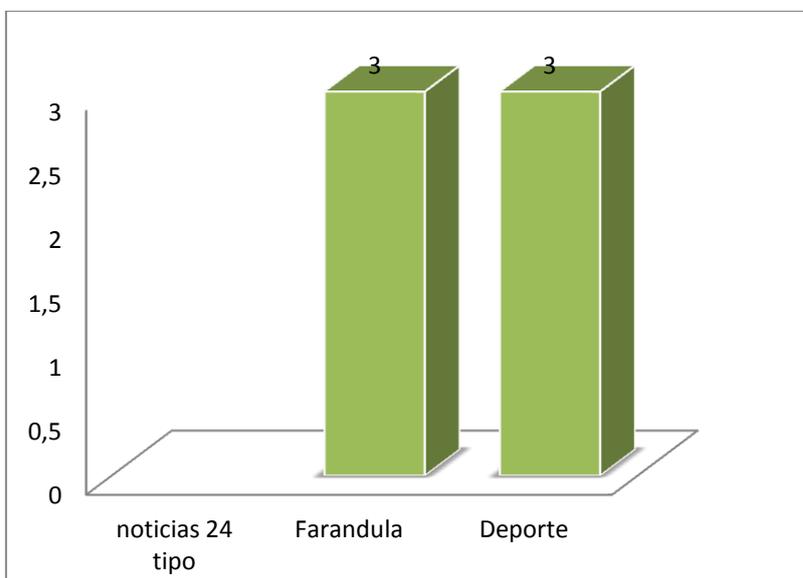
farándula tienen el mismo tiempo todos los días. A pesar, por ejemplo, de que los días lunes hay mucha información deportiva producto de las actividades del fin de semana.

Emisión del martes 24 de abril

El cuadro señala claramente que todo volvió a la normalidad, ya no hubo cadena y la producción puso al aire 20 noticias, repartidas en 14 nacionales y 6 internacionales. La interrogante sería si los martes hay más información, por lo menos en lo nacional, producto de las actividades que volvieron el lunes.



Total: 20
 Nacionales: 14
 Internacionales: 6



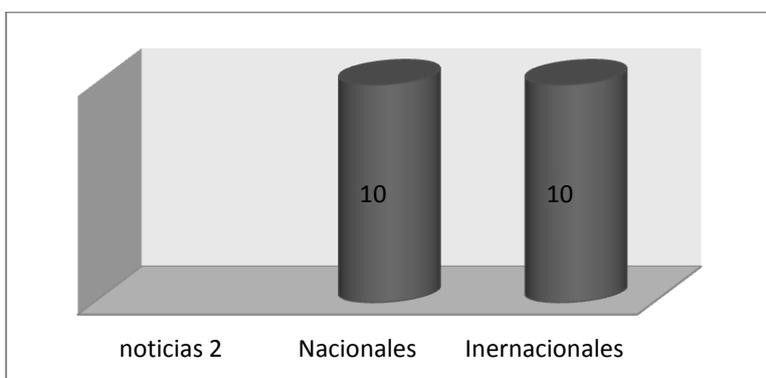
Total: 6
 Farándula: 3
 Deporte: 3

En este cuadro de deportes y farándula se aprecia que los martes hay más tiempo para estos segmentos, situación que se aprovecha para colocar temas que serán noticia durante la semana y -tal vez- tengan una duración prolongada en los medios.

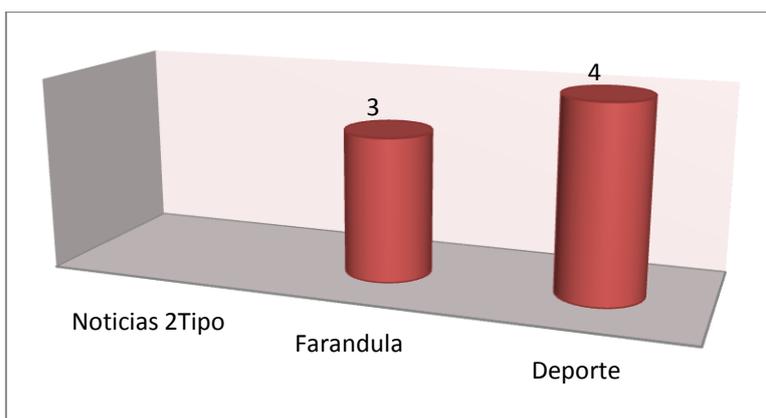
Se cambia lo instantáneo o prioritario por lo importante. Las urgencias de poner notas que pierden vigencia ha pasado, las notas son más elaboradas.

Emisión del miércoles 2 de mayo

Se mantienen 20 notas en total, 10 nacionales y 10 internacionales. La palpable demostración de que el mundo está globalizado, que lo que acontece en un continente repercute en otro, en definitiva, la interconexión de la aldea global se siente. Por eso los medios incorporan en sus agendas lo que pasa en el mundo. Lo nacional tiene su importancia, pero las noticias también internacionales son valiosas. La tecnología permite a los medios informar sobre lo que acontece en otras altitudes, aunque son pocas las noticias que se pueden presentar, por eso Ecuavisa hace resúmenes que informan en pocos segundos de lo que pasa en otros países en una misma nota con varias informaciones. Se denominan misceláneas internacionales.



Total: 20
Nacionales: 10
Internacionales: 10



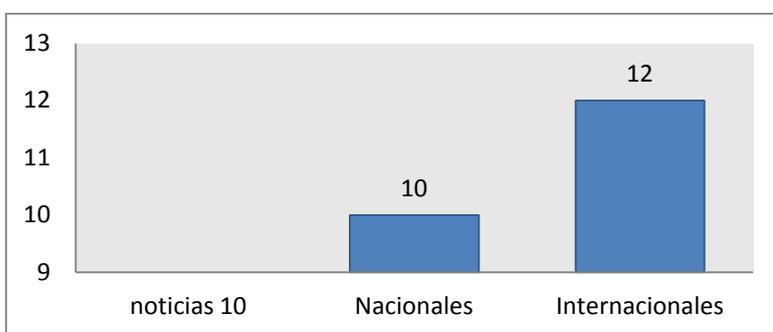
Total: 7
Farandula: 3
Deporte: 4

Los miércoles hay mayor movimiento en los deportes, 4 notas en total; las de farandula se mantienen en 3. La explicación a esta situación es que ha llegado el día de mayor movimiento deportivo, las causas son múltiples, destacan los torneos internacionales Copa Libertadores y Sudamericana en el fútbol con la participación de equipos nacionales; la preparación de los equipos y a veces los partidos del campeonato ecuatoriano de fútbol que se juegan entre semana, las ruedas de prensa

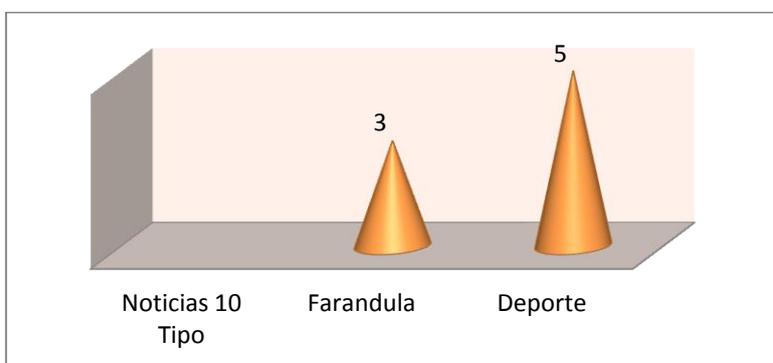
para desarrollar otras actividades deportivas y los torneos de otros países, que cautivan por la calidad de los deportistas que participan.

Emisión jueves 10 de mayo

Se comienza a cerrar la semana noticiosa, hay mucho de qué hablar, el país y sus problemas y el mundo que no descansa. Se llega a poner al aire 22 notas, 10 nacionales y 12 internacionales. La producción de noticias en el Ecuador se mantiene, producto del establecimiento de temas que tienen mucho que ver en lo político, marcado por las actividades en los entes gubernamentales. En lo internacional el incremento se debe a las noticias en los segmentos deportivos y de farándula, hay mucho que informar. Es definitivo, la agenda de los medios está globalizada, las noticias del mundo nos interesan a todos, por eso superan a las notas nacionales..



Total: 22
Nacionales: 10
Internacionales: 12

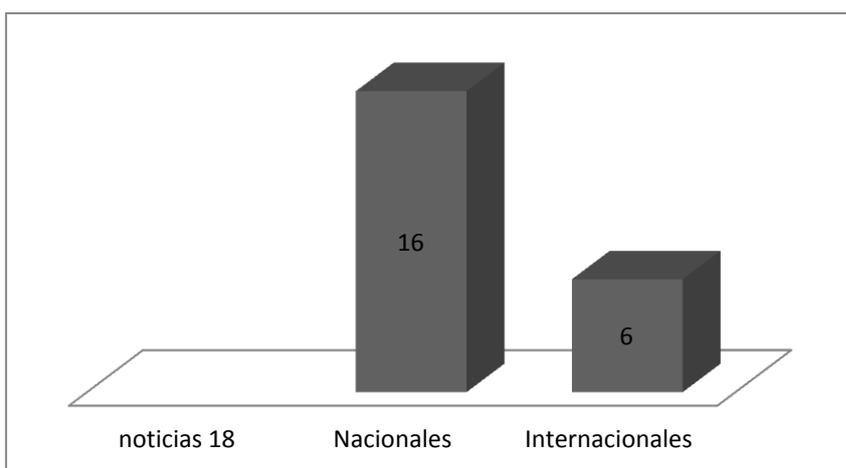


Total: 8
Farándula: 3
Deporte: 5

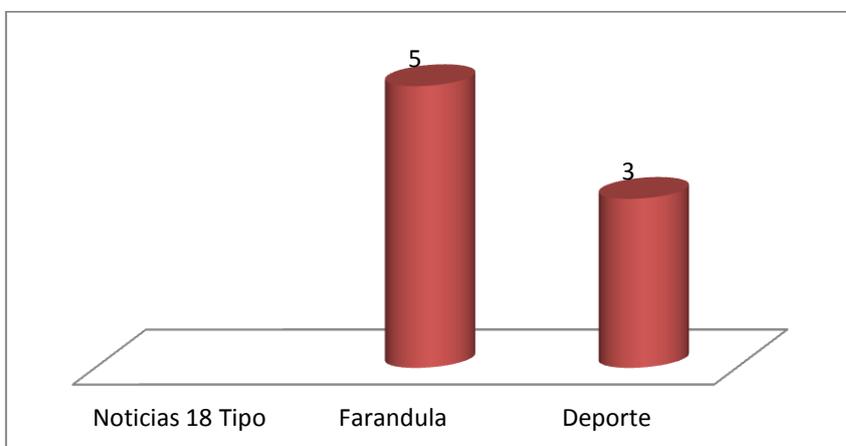
El jueves 2 de mayo del 2012 las noticias de farándula mantienen su presencia con 3 notas, mientras deportes llega a su máximo pico de 5 notas en total. Todos los torneos internacionales ya arrojan sus resultados, los equipos en el país se preparan para una jornada más del torneo local, la pantalla de Ecuavisa tiene más deportes. Entre los dos segmentos que se pautan al final, este día se registran 8 notas en total, es el récord de la semana.

Emisión del viernes 18 de mayo

Ha llegado el último día laborable, viernes 18 de mayo del 2012, se mantiene el total de 22 notas registradas el día anterior, pero hay un cambio: 16 nacionales y apenas 6 internacionales. Este es el día de mayor cantidad de noticias del país, prima la actualidad noticiosa, pero las noticias relegadas son consideradas para sacarlas en el cierre de la semana. Se les quita espacio a las internacionales, sigue rodando el mundo, pero hay que priorizar, algunas notas son pedidas por el departamento de comercialización o por los intereses sociales de la empresa.



Total: 22
Nacionales: 16
Internacionales: 6



Total: 8
Farándula: 5
Deporte: 3

Los viernes cambian las cosas en deportes y farándula, el fin de semana marca la agenda informativa en el espacio de esparcimiento o entretenimiento, en total son 5 notas en el segmento Gente y deportes vuelve a tener 3 notas al aire. Como se ve en la pauta, a informaciones que durante la semana esperaron su momento, que no salían por falta de tiempo y que no perdieron vigencia, les llegó su día y su espacio.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS INDIVIDUAL DE RESULTADOS

4.1 Del medio de comunicación investigado

Emisión del 16 de abril

Identificación.- Ecuavisa es un canal de televisión nacional, cuya emisión central del lunes 16 de abril contempló notas en su mayoría de carácter político, en segundo lugar destacan las de la educación con reportajes de investigación; también se encontraron notas judiciales y de entretenimiento, con deportes y farándula. La duración de las notas fluctúa entre el minuto 20 segundos hasta los 2 minutos con 20 segundos. Las notas leídas normalmente son de 25 segundos respaldadas con video.

Origen de la información.- La mayoría de notas proceden de las entidades gubernamentales, que son las fuentes que todos los días se tienen en cuenta en el departamento de noticias. El equipo se reúne después del noticiero matinal para diagramar las coberturas de los reporteros, generalmente de acuerdo a lo que establece la agenda política del país. En cuanto a las noticias internacionales, las más trascendentes se incorporan al noticiero, se originan en los canales aliados a Ecuavisa. En deportes, los hechos más importantes en el ámbito internacional se recogen de la señal satelital, la actividad de los equipos locales se procesa; en farándula, sólo se destacan notas internacionales.

Naturaleza de las fuentes y de los protagonistas.- En cuanto a las fuentes utilizadas, son los protagonistas de la noticia quienes intervienen, es decir, las fuentes directas, con una gran presencia de fuentes gubernamentales y actuales. Además, se destacan las agencias de información internacional, porque tanto las noticias más importantes del mundo como los segmentos de deportes y farándula se hacen con las notas que llegan por vía satelital.

Fórmula de identificación de los protagonistas de la información.- Normalmente es objetiva, con estilo directo porque son los protagonistas de la noticia quienes participan, por ser televisión los audios de los actores son de pocos segundos. Las notas leídas se redactan en tercera persona, esto por ser información trascendente de última hora que no tiene respaldo de nota elaborada.

Estructura de la información y formato de las noticias.- Ecuavisa es un canal tradicional y serio, por lo tanto las noticias son clásicas o estándar, de acuerdo a la clasificación en las fichas, estructuradas con presentación, cuerpo y cierre. Participa el reportero con un audio de apertura, siguen los protagonistas y el periodista culmina la nota con algún detalle o reflexión. En las notas leídas, se presenta la información en

forma breve. Es importante destacar que en este noticiero no existe un evento extraordinario, todas las notas son producto de la agenda informativa mediática.

Tratamiento de los contenidos.- Es muy importante señalar que en nuestra investigación hemos podido recoger cómo se realiza la edición y post edición de las noticias en este canal. La narración clara es una constante, sin sesgos ni preferencias, siguiendo el rigor periodístico, donde se destacan los aspectos positivos del hecho noticioso, seleccionando los audios en forma objetiva e imparcial, con tiempos suficientes sin exageraciones. Otra característica es la firma de las notas, los reporteros al final de cada noticia dan su nombre.

Enfoque.- Casi siempre, por no decir siempre, el enfoque es expositivo-neutro-descriptivo, con una visión acertada, sin manipulaciones. Las noticias, por lo regular, son negativas; sin embargo, hay ciertas noticias que tienen enfoque positivo. Lo malo es noticia, lo bueno no causa efectos en el rating, por eso las buenas noticias en televisión son escasas.

Desequilibrios informativos.- Las noticias son informativas, no hay opiniones de quienes hacen las notas, se someten a detallar lo sucedido sin emitir criterio alguno. En las noticias políticas, económicas, sociales y deportivas no existen mensajes subliminales ni propaganda alguna, lo que si sucede en alguna nota es la falta de alguna o algunas versiones, no hay morbo ni manipulación.

Valores.- Las noticias transmiten valores en su mayoría, partiendo de que los valores son necesidades humanas y representan ideales, sueños y aspiraciones. En este noticiero estelar de Ecuavisa las notas dejan establecido la existencia de una diversidad de valores que se destacan en el levantamiento de la información en las fichas.

Emisión del 24 de abril

Identificación.- En este noticiero de Ecuavisa, canal con cobertura nacional, del martes 24 de abril, se destaca la noticia de un terrible accidente de tránsito, hecho al que le conceden un gran espacio en la emisión. Aparte de los temas políticos, que mantienen una gran presencia, la migración de los ecuatorianos y sus problemas al retornar al país copan espacios. La educación y sus contrastes, notas de carácter judicial por ser parte de la agenda, y, por supuesto, las noticias deportivas y de farándula. El segmento internacional con la actualidad política del mundo. Las notas principales tienen tiempos entre 1 minuto 30 segundos hasta 2 minutos 10 segundos.

Origen de la información.- El lugar del accidente de tránsito, los hospitales y la Agencia Nacional de Tránsito, se convirtieron en los puntos de origen de las notas más importantes. También las entidades gubernamentales donde se realizaron reuniones importantes, que el departamento de noticias ya conocía, requirieron equipos periodísticos para la cobertura en la Corte Constitucional, Palacio de Carondelet, Asamblea Nacional. En las notas internacionales, los canales aliados y las agencias son el origen principal de información. En deportes, los sitios de entrenamiento de los equipos ecuatorianos; en farándula, el sitio de grabación del cantante Juan Fernando Velasco.

Naturaleza de las fuentes y de los protagonistas.- Este día martes 24 de abril del 2012, la información se dio en sitios diferentes, con las voces e imágenes de los protagonistas de la noticia. Fuentes directas, profesionales, gubernamentales y agencias, nutrieron el noticiero de Ecuavisa en este día. Los segmentos de noticias internacionales, deportes y farándula, provienen de los canales aliados, dependiendo del lugar y país donde se origina las informaciones más relevantes.

Fórmula de identificación de los protagonistas de la información.- Este canal de televisión identifica en forma objetiva a los protagonistas, es decir, constan normalmente el nombre y apellidos. En la mayoría de notas hay declaración y se ve a los protagonistas. El estilo indirecto también se utiliza, los presentadores leen las notas con respaldo de videos, notas que tienen información proporcionada por boletines de prensa o de la agencia de gobierno.

Estructura de la información y formato de las noticias.- En este noticiero el tema del día cambió la distribución del mismo, las noticias fueron editadas en forma clásica, estructuradas con presentación, cuerpo y cierre. Participa el reportero con un audio de apertura, siguen los protagonista y el periodista culmina la nota con algún detalle o reflexión. En las notas leídas, se da la información en forma breve. La agenda se vio alterada por el accidente de tránsito, lo que cambio la estructura de la información; por asuntos de tiempo, varias noticias fueron sólo presentadas como leídas. El accidente causó un gran impacto, es decir fue una noticia eclipse, porque tuvo una gran repercusión en el país.

Tratamiento de los contenidos.- Manteniendo su línea, los periodistas de Ecuavisa, informan las noticias con una narración clara, no hay narración tendenciosa, se destacan los aspectos positivos o negativos de los hechos. A veces falta alguna versión. En este día, el tema principal tuvo una gran cobertura, las notas más importantes están firmadas, otras no lo fueron porque las realizó el departamento de

noticias por falta de tiempo. Varias notas tuvieron tiempo suficiente, mientras que para otras el tiempo fue escaso.

Enfoque.- Expositivo-neutro-descriptivo, donde los periodistas se expresan con neutralidad, presentando los hechos desde los diferentes puntos de vistas. Hay notas positivas en farándula. El enfoque de las noticias es acertada, no es tendencioso, es decir no se manipula ni el texto ni la imagen.

Desequilibrios informativos.- Todas las noticias son eminentemente informativas, no existe ninguna opinión en la estructura de los noticieros de este canal, la única voz autoriza para comentar en este horario es Alfonso Espinoza de los Monteros. Solo en una nota de farándula hay propaganda, porque se promociona un producto de un cantante ecuatoriano abiertamente, en lo demás no existe publicidad ni mensajes subliminales. Una de las deficiencias en algunas notas es la carencia de alguna versión, aunque no hay manipulación.

Valores.- La gran mayoría de notas transmiten valores: libertad, justicia, respeto, tolerancia, responsabilidad, confianza, entre los más importantes. Son pocas las notas que no lo hacen por ser sólo descriptivas, detallan hechos sin fondo, es decir, son superficiales.

Emisión 2 de mayo

Identificación.- Ecuavisa, canal con cobertura nacional, noticiero del miércoles 2 de mayo. Dos hechos mediáticos tienen importancia en esta emisión: la comparecencia de la ex jueza Encalada en el caso diario El Universo y la libertad de expresión, que desde el punto de vista de este medio tiene restricciones. Un aspecto político reiterado pero que tiene aún expectativa como la pre candidatura a la Presidencia de la República del reconocido empresario Álvaro Noboa. Como temas de actualidad en deportes y farándula, los hechos relevantes en Francia y Estados Unidos. Los tiempos utilizados oscilan desde el minuto 20 segundos hasta los 2 minutos 25 segundos.

Origen de la información.- Ocurre un empate de notas nacionales e internacionales. Las primeras tuvieron diferentes orígenes, una de ellas un partido político producto de la cercanía del proceso electoral; las otras se dieron en entidades gubernamentales como la Corte Nacional de Justicia, Intendencia de la provincia del Guayas, Palacio de Carondelet, canchas de entrenamiento y estadio de Emelec. Las internacionales fueron recibidas de los canales aliados y del Departamento de Estado de Estados Unidos.

Naturaleza de las fuentes y de los protagonistas.- Este es un noticiero con fuentes directas, profesionales, gubernamentales, actuales, de partidos políticos y de agencias. Hay una gran cantidad de noticias internacionales que tienen alguna incidencia local, es decir que se originaron en otro país pero repercuten en el Ecuador. Por ello las fuentes y protagonistas del noticiero no sólo eran nacionales, algunas fueron foráneas. Es remarcable el hecho de que, por lo general, las noticias deportivas y de farándula provienen del exterior, aunque hoy es diferente. No sólo esas noticias fueron rescatadas de las agencias y canales aliados, también las que tienen que ver con la agenda mediática del país.

Fórmula de identificación de los protagonistas de la información.- Ecuavisa identifica a los protagonistas en forma objetiva, usualmente están registrados los nombres y apellidos de los protagonistas de la información. El estilo es directo, con declaraciones, mas es importante destacar que este noticiero usa mucho estilo indirecto: los periodistas leen el contenido de la información con respaldo de un video. Considerando que la televisión es imagen, utilizan tomas de archivo o imágenes llegadas de la noticia que no fue estructurada en forma clásica, por falta de tiempo en la edición o por la importancia de la misma. Dependiendo de la relevancia de la noticia, esta tiene de 1 o más audios de quienes generan la información.

Estructura de la información y formato de las noticias.- La línea de edición y producción de las noticias en este canal es la forma clásica o estándar, con presentación, cuerpo y cierre, incluso las internacionales tienen el mismo tratamiento. En el noticiero de este día hay una nota especial, obedece a una circunstancia del momento que tiene que ver con la libertad de expresión, tema de la agenda de los medios, originada en otro país con repercusión en Ecuador. Al ser Ecuavisa uno de los canales “independientes”, la nota sobre este tema es parte de los titulares y se le da una gran importancia en el noticiero, siendo parte del primer bloque, compartiéndolo con la comparecencia de una ex jueza que señaló a los abogados del presidente como los autores de una sentencia contra un medio de comunicación.

Tratamiento de los contenidos.- La narración es clara, se nota la amplia experiencia de los redactores y periodistas del canal, que logran en el poco tiempo que da la televisión contar bien las noticias. Los relatos no son tendenciosos, no se omiten datos, ni se remarca en hechos en forma innecesaria, siempre o casi siempre se destacan lo positivo o negativo de la noticia sin sesgo o favoritismos, con el estilo del medio o de los periodistas encargados. Lo que sí es evidente es que le dan mayor importancia a aquellos acontecimientos que señalan los errores del gobierno, sus fallas y los cuestionamientos, directos o indirectos, a su gestión. Las noticias tienen

firma, aunque en este noticiero se pegaron notas leídas con intervenciones de los protagonistas.

Enfoque.- Expositivo-neutro-descriptivo. Las noticias son presentadas con todo el rigor posible. Se deja patente que el gobierno y sus funcionarios no utilizan los mismos medios para la réplica o defensa, utilizan su maquinaria informativa para exponer sus versiones de los hechos. Hay que dejarlo claro porque a veces no existe la versión oficial. El enfoque narrativo es adecuado, para nada tendencioso, la vinculación de las situaciones son negativas; aunque en deportes y farándula son favorables y positivas.

Desequilibrios informativos.- En este noticiero existe rigor informativo, no opiniones en las notas, eso está claro, sin propagandas ni publicidad subliminal. Lo que sí falta en algunas notas es la versión de la otra parte, ya se ha señalado aquí porqué en las noticias del país no hay manipulación ni morbo, ni mensajes subliminales.

Valores.- Si transmiten valores con la mayoría de las noticias, los más recurrentes son: justicia, respeto, tolerancia y libertad. Es una constante el pedido de libertad para desarrollar las diferentes actividades. En la agenda de los medios “independientes” permanece invariable el pedido de este valor. La pregunta sería si realmente se vive sin libertad en el Ecuador y por eso hay preocupación.

Emisión del 10 de mayo.

Identificación.- Ecuavisa, canal de cobertura nacional, noticiero del jueves 10 de mayo, emisión central de las 20 horas. Los temas son diversos: diplomáticos, judiciales, políticos, económicos, policiales, terrorismo, salud, religión, deportes y farándula. No hay un tema central, como en otras emisiones del noticiero. La presencia del secretario de la OEA, la precandidatura de Lourdes Tibán a la presidencia y el acuerdo entre el COE y el Ministerio del Deporte para que los deportistas ecuatorianos participen en los Juegos Olímpicos de Londres, fueron los temas relevantes de este noticiero. Los tiempos de las notas elaboradas fluctuaron entre el minuto 25 segundos y los 2 minutos 50 segundos.

Origen de la información.- En esta fecha las noticias internacionales superan a las nacionales. La noticia con repercusión positiva en el Ecuador se dio en Inglaterra, fue la del acuerdo para la participación en los juegos olímpicos. Después, la presencia de Insulza, Secretario de la OEA, en el Palacio de Carondelet. También la Asamblea Nacional, la Asociación de Bancos, la Superintendencia de Bancos, la Veeduría de Justicia, la Fiscalía del Guayas, las agencias de noticias internacionales y los canales aliados fueron origen de información de este día con gran diversidad.

Naturaleza de las fuentes y de los protagonistas.- Se han utilizado fuentes directas, indirectas, gubernamentales, de partidos políticos, actuales, de profesionales y de agencias para estructurar este noticiero. La noticia del deporte olímpico fue proporcionada por la agencia gubernamental Andes, recogida desde el Ministerio del Deporte y trasladada a los medios. Al tener más noticias internacionales, las agencias y los canales aliados fueron de vital importancia para la salida al aire de este noticiero. En cuanto a las noticias nacionales, excepto la reunión en Carondelet, fueron escogidas por falta de noticias de mayor impacto. Los temas políticos mantuvieron un perfil bajo.

Fórmula de identificación de los protagonistas de la información.- La identificación es objetiva, con estilo directo. La noticia del deporte fue recogida desde una fuente gubernamental y su contenido leído por un periodista. En este noticiero encontramos una gran cantidad de voces recogidas en diferentes notas, ejemplo la Ley del Tamarindo y la de centros de salud abandonados, muchos protagonistas que fueron siempre identificados.

Estructura de la información y formato de las noticias.- Manteniendo la línea, las notas son clásicas o estándar, con audio de entrada del periodista, desarrollo de la noticia con datos y audios de los actores y remate del reportero. Este día, sin embargo, encontramos una noticia especial, una información interesante del momento. Noticias de foco múltiple que se dieron en diferentes lugares y tenían que ver con un acontecimiento. La noticia favorable del acuerdo entre el COE y el Ministerio del Deporte fue leída, de manera breve pero especial. Al no tener reporteros en el lugar donde se originó la noticia, se tuvo que “armar una nota leída”, en otras palabras: no siempre la “nota bien elaborada” es la noticia del día.

Tratamientos de los contenidos.- La narración de las notas es clara en Ecuavisa, podemos decir que es su sello, no es tendenciosa porque no destaca nada en forma innecesaria, ni omite datos o versiones de forma evidente. En las noticias se destacan los aspectos positivos y negativos de los hechos. El rigor y criterio informativo objetivo es una constante de los periodistas y de quienes revisan la calidad de las notas antes de salir al aire. El tiempo para la comprensión de las notas es suficiente en general si consideramos a las más importantes. Y casi siempre están firmadas.

Enfoque.- Hay varios enfoques: expositivo-neutro-descriptivo, porque se presenta la noticia desde todos los puntos de vista, como en las del primer bloque. El aspecto positivo se ve especialmente reflejado en las notas de farándula. El negativo, que produce daño, perjuicio en la inseguridad. El crítico, que analiza un problema, donde el

reportero investiga y da su opinión de lo encontrado en su recorrido, que tiene que ser muy triste como en los centros de salud para provocar un comentario. Las notas tienen un enfoque acertado, no tendencioso. Las vinculaciones, en su mayoría son negativas, aunque se destacan varias notas favorables para la gente, donde se reciben buenas noticias.

Desequilibrios informativos.- En este canal existe separación entre información y opinión, nunca las mezclan. Por ejemplo, en la nota Ley del Tamarindo, después del desarrollo de la noticia, el presentador hizo un breve comentario del tema. Ecuavisa no hace propaganda de ningún tipo en los bloques de noticias importantes, sólo en farándula, en la nota de Juan Fernando Velasco se nota cierta publicidad o mensaje subliminal para apoyar al cantante ecuatoriano. No es una constante, pero sí faltan versiones que puedan enriquecer la información.

Valores.- Son muchos valores rescatados en este noticiero, los más destacados por las noticias del día: respeto y tolerancia. Tanto en la nota de Insulza como en la del acuerdo COE-Min. Deportes. Solidaridad en las notas económicas. También se habló mucho de justicia, confianza, capacidades, valentía, amistad.

Emisión 18 de mayo

Identificación.- Ecuavisa, canal con cobertura nacional, noticiero del viernes 18 de mayo, emisión central de las 20 horas. Diversidad de temas: políticos, derechos humanos, educación superior, narcotráfico, judicial, accidente de tránsito, condecoraciones, Cumbre G-8, migrantes, deportes y farándula. Las noticias nacionales con mayor presencia que las internacionales, es el día de mayor afluencia de notas del país. La violación de los derechos humanos destacado en un informe de la Universidad Andina, es el tema central de este noticiero. La narcovalija, otra información con mucha repercusión, la educación superior con sus evaluaciones e incentivos también tiene su espacio. En lo internacional, se trató la Cumbre del G-8, la reaparición de Hugo Chávez, los 60 años en el trono de la reina de Inglaterra. Los deportes y la farándula con notas nacionales marcan esta emisión. Los tiempos van desde los 50 segundos hasta los 2 minutos y 25 segundos en las notas elaboradas.

Origen de la información.- Las rutinas productivas, que son prácticas adquiridas en el contexto laboral de los medios, son las que marcan la agenda de este día, como ha ocurrido en todos los análisis realizados hasta el momento. El departamento de noticias selecciona dónde se hacen las coberturas y producto de eso hay noticias originadas en entidades privadas, gubernamentales, embajadas, agencias informativas

internacionales, entrenamiento de la selección nacional de fútbol, programa de entretenimiento y concurso del propio canal. Las originadas en las universidades Andina y Católica son de mucha importancia por las repercusiones posteriores.

Naturaleza de las fuentes y de los protagonistas.- Se utilizan muchas fuentes en este noticiero, fuentes directas, indirectas, gubernamentales, actuales y de agencias. El departamento de noticias ha recogido información de eventos preestablecidos que han servido para armar esta emisión. En farándula hay dos notas que tienen que ver con programas del propio canal. El evento de la Universidad Católica también aportó dos notas. Ruedas de prensa, comunicados de embajadas y una nota de investigación con familiares de un asesinato cubrieron el tiempo disponible. Las noticias internacionales no tienen mucho espacio este día, no porque no existen sino por la urgencia de sacar notas antes de que pierdan actualidad.

Fórmula de identificación de los protagonistas de la información.- Objetiva porque constan nombres y apellidos de los protagonistas. Se ha utilizado tanto el estilo directo como el indirecto, es decir con las voces e imágenes de quienes generan la información y notas leídas por los presentadores del noticiero estelar del canal.

Estructura de la información y formato de las noticias.- Se mantiene la estructura clásica con presentación, cuerpo y cierre. Hay una nota del día en el ámbito deportivo, la presencia del mejor jugador ecuatoriano en los entrenamientos de la selección. Las notas breves son leídas con video de respaldo, hay varias, producto de informaciones que llegaron por boletines de prensa o por agencia; y son importantes pero no se las alcanzó a elaborar, o por el tiempo disponible este día viernes es preferible solo “hacer una leída”. Hay noticias de caducidad puntual, pero también de duración prolongada como el tema de la narcovalija, el gran hermano, etc.

Tratamiento de contenidos.- Toda noticia elaborada está firmada por el autor de la nota, las leídas son textualmente emitidas según los boletines o informaciones de agencias. Ecuavisa cuenta bien sus noticias, tiene una narración clara y una redacción no tendenciosa. Las críticas del gobierno hacia este canal son por los comentarios más no por las notas. El manual de estilo del canal establece que hay que destacar los hechos, sean positivos o negativos, sin esconder ni omitir ningún argumento que sea valioso. El criterio informativo está por encima de todo, aunque a veces los protagonistas no sean del agrado inclusive de la empresa, los tiempos son suficientes para entender las informaciones pocas veces son escasos o insuficientes.

Enfoque.- En este informativo encontramos una nota con enfoque humanizante, la del asesinato sin resolver, varias con enfoque positivo y la mayoría con enfoque expositivo-neutro-descriptivo. Hay una nota con enfoque crítico que tiene que ver con los 60 años en la corona de la reina de Inglaterra y sus invitados. Las noticias tienen un hilo narrativo adecuado y nada tendencioso; las vinculaciones, en su mayoría con elementos favorables en este noticiero.

Desequilibrios informativos.- En las notas de este canal en este día sólo se informa, no hay opinión, excepto una por parte del anchor principal y sobre un solo tema, una vez más queda demostrado que no existe propaganda, ni publicidad, ni mensajes subliminales, tampoco manipulación ni morbo. Sólo en farándula, en la inauguración de un nuevo teatro hay un mensaje subliminal para asistir. En cuanto a las versiones, hay algunas donde faltan las versiones de todos los protagonistas, esto se ha detectado en todos los noticieros monitoreados.

Valores.- Muchos, destaca la dignidad de nuestros compatriotas que buscaron nuevos rumbos para mejorar la situación económica en otros países y ahora retornan porque la crisis se ha cebado con sus países de acogida. El asesinato sin culpables, donde los allegados expresan amor, valentía, verdad y piden justicia. Los valores artísticos y culturales también se resaltan en esta emisión. Los recurrentes: justicia, libertad, tolerancia, respeto, están reflejados en el trabajo periodístico.

4.2 De las cinco publicaciones

De acuerdo a esta investigación y monitoreo, se puede señalar que los días lunes es cuando menos noticias presenta el noticiero estelar de Ecuavisa (15 en total), con relación a los otros días. La explicación es simple, los lunes el gobierno nacional presenta a las 20 horas una cadena nacional que dura aproximadamente 10 minutos. Por lo cual la continuidad de la programación se ve afectada, entonces reducen el número de noticias y lo hacen en el ámbito internacional, deportivo y farándula, con relación al resto de días que tienen mayor presencia en el noticiero estelar.

Los jueves y viernes es cuando más noticias contiene el noticiero, 22 en total; sin embargo, hay una diferencia entre las noticias nacionales e internacionales, las primeras son menos el jueves y más el viernes que las segundas. En cambio los martes y miércoles el total de notas son 20. El estudio demuestra que los martes hay más notas nacionales que el miércoles, cuando existe un equilibrio o empate con las internacionales.

Excepto el lunes los siguientes días hay un segmento de notas internacionales que incluyen 4 o 5 noticias, a este número se le suman las informaciones deportivas y de farándula, de ahí su incremento.

Deportes y farándula tienen espacios o tiempos similares, los lunes y martes empatan en notas, los miércoles y jueves son más las noticias deportivas, el viernes en cambio son más las de farándula.

Las noticias políticas marcan, indiscutiblemente, la agenda de Ecuavisa. Los días lunes, martes y miércoles tienen una gran presencia en los noticieros, entre jueves y viernes se produce un descenso vertiginoso, tanto en notas nacionales como internacionales. Queda establecido que lo que se hace en la Asamblea Nacional marca el volumen de la actividad política para este canal.

La duración de las noticias elaboradas o editadas va desde 1 minuto hasta 2 minutos 20 segundos, depende de la importancia de la noticia y del periodista designado. Las notas leídas van desde 25 segundos a 40 segundos, aproximadamente.

La agenda informativa tiene mucha relación también con las actividades de las entidades gubernamentales: Ministerios, Superintendencias, Contraloría, Corte Nacional, Corte Constitucional y otras entidades públicas como Fiscalía, Agencia Nacional de Tránsito. El Palacio de Carondelet es una fuente sólo cuando existen eventos importantes, que el departamento de noticias lo tiene programado con el debido tiempo porque han sido alertados por la Secretaría Nacional de Comunicación.

Ecuavisa utiliza, por lo general, fuentes directas, gubernamentales, actuales y agencias. Sin embargo, por las necesidades que se generan en el día a día, las fuentes indirectas, de partidos políticos o los boletines de prensa, se los utiliza para dar notas leídas. De acuerdo a la investigación, el día que más cabida se da a las notas breves con video de respaldo es el viernes. El día que más notas elaboradas o editadas salen al aire, en porcentaje, es el lunes.

Es un canal tradicional, por lo tanto tiene una línea de producción de las notas en formato clásico, donde la información es objetiva, los protagonistas cuentan los hechos, son pocas las notas que no tienen firma de quien las elabora o nombres de los actores de la información, es la excepción que confirma la regla. Otro aspecto que debemos resaltar es la forma clara y sencilla de narrar los hechos, con tiempos suficientes para entender las noticias, sin caer en lugares comunes, ni omitir datos o versiones. Se cuidan mucho de informar, dejan la opinión o las conclusiones a los televidentes. Si algún tema amerita, en la opinión del departamento de noticias, el

anchor principal lee un comentario que, a propósito, no es su posición sino la del canal.

Los noticieros de Ecuavisa, al igual que la mayoría de medios, cuentan hechos noticiosos negativos; son pocos los hechos positivos y los encontramos realmente en deportes o farándula en su mayoría. El enfoque, como se puntualizó anteriormente, es neutral, tratando de presentar la noticia con todos los puntos de vista, sin exageraciones ni sensacionalismos.

Las informaciones se centran en Quito y Guayaquil, son pocas las notas que se originan en otras ciudades o provincias que no sean Pichincha y Guayas. Es un noticiero centralizado en las principales urbes del Ecuador. Sólo cuando hay algún acontecimiento especial o investigación de por medio salen de su circunscripción los reporteros y camarógrafos de este prestigioso canal. Daría la impresión de que nada ocurre en el Ecuador profundo para el departamento de noticias de Ecuavisa.

CONCLUSIONES

1.- Una de las conclusiones más importantes es que la agenda en los medios se maneja de acuerdo con la ideología, cultura e intereses de dueños y accionistas; intereses políticos, influencias externas. Las cuestiones aparecen, permanecen y desaparecen por sus decisiones, la opinión pública sólo recibe y no participa en la colocación de sus preocupaciones en las agendas de los medios. Lo que sucede es una retroalimentación, provocada por la reacción ciudadana de los temas que los medios pusieron en escena. Es indudable que lo que está en los medios o se publica en los mismos repercute en el público, positiva o negativamente. Se selecciona cada día un conjunto de temas que son recogidos y resaltados de acuerdo a la importancia que le dé la cadena, y otros que pasan a segundo plano o son llanamente ignorados, convirtiéndose en un círculo que sólo termina cuando los medios lo determinan. Depende de la coyuntura, aunque también tienen que ver el rating, las ventas y las aspiraciones de los dueños. Además, es clara la injerencia que tiene en el pensamiento de los televidentes la forma cómo los periodistas elaboran las notas, es decir, de acuerdo a los atributos o detalles que se establecen, el mensaje llega de una u otra manera al público. Se informa lo que interesa al medio y, posiblemente, al Estado. La importancia de la noticia se ve marcada por el medio, más no por los televidentes. Lo que prioriza el medio también lo hace el público.

Lo ideal sería contrastar por parte de los consumidores de noticias, no quedarse con una sola versión, buscar alternativas que puedan enseñar algo más de lo que se observa. Por parte del medio el reto será profundizar más en la investigación e informar mejor.

2.- Ecuavisa es un medio tradicional, con mucha credibilidad y sintonía en el país, con presencia en el extranjero a través de Ecuavisa Internacional, por lo tanto cubre también la demanda de información de los ecuatorianos en otros países. Su noticiero estelar es el de las 20 horas, conducido por el más veterano de los presentadores de televisión, Alfonso Espinoza de los Monteros, acompañado generalmente por Teresa Arboleda, quien también tiene muchos años en este canal y en este noticiero. Por lo tanto, es también muy lineal en su forma y contenido. Este es el producto estrella del canal, es por el cual todo un equipo de personas todos los días entregan talento y sacrificio, profesional y personal para que salga al aire en forma nítida la emisión central. Según esta investigación, todo puede ocurrir menos que el noticiero no esté al aire, cualquier error se puede perdonar, menos uno que tenga que ver con el noticiero de las 20 horas, sólo la cadena de los lunes retrasa su salida al aire. El enorme

prestigio conseguido a lo largo de los años, lo hace uno de los mejor vendidos en publicidad, de acuerdo a las agencias de publicidad del Ecuador. Hace tres cortes de aproximadamente 12 minutos de duración en total y con auspicios especiales en los segmentos de deportes y farándula.

Con lineal se quiere significar que nada espectacular se puede esperar, las noticias son las mismas que presentan los otros medios de comunicación. Se puede concluir que es producido en forma prolija, por el cuidado que tienen para producirlo y ponerlo al aire, pero sin nada nuevo, su nitidez y limpieza agradan a su público cautivo por muchos años, como han hecho de Televistazo: su noticiero, su hábito, su tradición. Durante esta investigación, se ha podido comprobar que nunca en este noticiero, en ningún día, en ningún segmento hubo una nota distinta al resto de noticiarios, como una exclusiva, que sólo ellos la habían logrado.

Aquí se cumple aquello de que solo lo que está en la televisión existe. Al ser un canal referente lo que se informa en su principal noticiero, que es Televistazo, se convierte en la verdad para quienes observan día a día, sin tener otras noticias que suceden y son ignoradas por el medio. Situaciones extremas, siniestros, accidentes u otra circunstancias no tienen la cobertura inmediata. La noticia del día puede ser o no abordada, todo depende de las órdenes superiores solo si el tema es candente. Se destaca por ejemplo que la noticia principal de deportes en otros canales es la confrontación entre la dirigencia de Liga y el presidente de la Federación Ecuatoriana de Fútbol, el canal tiene interés en seguir con los derechos de televisión de ciertos equipos de fútbol, la nota del reclamo de los dirigentes de Liga hacia la FEF está lista, el anchor la va a presentar, el director ordena no presentar la nota. El público no sabe qué sucedió, internamente se conoce que el canal está negociando para continuar con los derechos, no le conviene hacer olas, ni entrar en disputa con la FEF, ellos son finalmente los dueños de los derechos.

3.- Si bien es cierto que gran parte de la agenda informativa tiene que ver con la parte política, la independencia que pregonan con referencia al gobierno nacional liderado por el presidente Rafael Correa, los ubica como contradictores del mismo, opositores al régimen, como parte de la “prensa corrupta”, en palabras del mandatario, que sólo vela por sus intereses o los de sus grupos, los mismos que fueron hegemónicos hasta antes de llegar el gobierno de la Revolución Ciudadana, incluso apoyado al principio por este canal en franca posición adversa hacia el magnate Álvaro Noboa, con quien existían y existen diferencias personales y familiares irreconciliables por parte del grupo Alvarado dueño del canal.

Esto determina que en la agenda del canal el presidente sólo aparezca en ciertas circunstancias protocolarias o de eventos sociales, mas nunca en situaciones políticas. Esto es importante, porque uno de sus principales canales. Si bien es cierto que no manipula ni es tendencioso en sus noticias, omite, por ejemplo, los recorridos del presidente por diferentes partes del país, en los que participa con los ciudadanos de esos lugares y emite comentarios y opiniones de lo que pasa en el país y la región, además de inaugurar obras de gran trascendencia, Ecuavisa, normalmente, no lo acompaña en el país y muy poco cuando tiene el mandatario una agenda internacional.

Las noticias que se generan en la Asamblea Nacional o en otras entidades gubernamentales, en lo posible tienen una visión neutral, sin embargo se ve más a los opositores esgrimiendo sus argumentos que a los oficialistas.

En conclusión, Ecuavisa se declara medio independiente, mientras el gobierno lo señala como opositor al régimen, lo acusa de ser parte de los poderes fácticos que han gobernado o influenciado a los gobierno de turno. En las sabatinas del presidente es una constante escuchar y ver imágenes de los periodistas de Ecuavisa expresando algún comentario que es inmediatamente contestado por el propio presidente o su equipo de comunicación.

En Ecuador la agenda está establecida por los intereses políticos, es obvio que los aliados del gobierno promocionan toda actividad desarrollada por el gobernante y sus ministros, mientras que los medios opositores destacan las noticias negativas. El tema educación ha sido tratado de diferente manera. Para los periodistas de Ecuavisa, en el tema educativo no se ha hecho lo suficiente, para los aliados el gobierno ha diseñado un plan educativo de excelencia académica, destacando la implementación tecnológica. Dos visiones diferentes, que dividen las opiniones en el país. Los periodistas no investigan o no comparan, por ejemplo, el público pudo tener una mejor información si desde ambos bandos se contrastaba la realidad con el pasado, cuántos establecimientos estaban en mal estado cinco años atrás, cuánta tecnología existía antes de este gobierno en los establecimientos educativos fiscales. Según esta información, para quienes siguen Ecuavisa las clases se iniciaron en medio de serios problemas.

4.- Es Televistazo un noticiero esquematizado: Noticias nacionales, primer segmento; noticias internacionales, segundo segmento; noticias deportivas, tercer segmento y noticias de farándula, último segmento. Despedida y novela brasileña.

Nunca rompe su molde, ni la noticia más importante les hace cambiar su guión, esperan que esté editada o por lo menos redactada para que sus anchors la den a conocer. Es por ello que otros canales le hacen competencia, se llega a decir que, en algunos días, los superan en sintonía. La inmediatez de la noticia no existe en Ecuavisa, en ese noticiero todo está programado al centímetro. No utilizan la tecnología para informar, como si lo hace por ejemplo CNN con notas no tan nítidas en audio y video pero inmediatas a través del Skype, o para tener una opinión de un especialista en la materia que ha constituido la noticia del día, por ejemplo, un experto económico que viva en España y hable de la crisis de ese país.

La agenda manejada por Ecuavisa es limitada, lo que es inconveniente por el impacto que tiene la agenda mediática en la opinión pública. No presenta diversidad de temas, lo cual da como consecuencia que se ponga al aire sólo una parte de lo que ocurre realmente en el país y el mundo, dejando al televidente sin acceso a una parte importante de la información. Omite lo realmente noticioso, deja a un lado la actualidad, lo que provoca desinformación

5.- El trabajo de investigación es pobre, no nulo. Se supone que un medio grande debería marcar la agenda en varios temas de interés social. Algo, no obstante, se puede rescatar en salud y educación, alguna preocupación de sus departamento de noticias se notó en el monitoreo realizado.

En conclusión, se advierte que Ecuavisa no tiene un compromiso con los grandes problemas nacionales y menos con los actuales. Dificultades históricas como empleo, salud, educación, servicios básicos, etc.; y modernos como contaminación, tecnología, globalización, etc.

Por esta razón, los periodistas se quedan sólo con la referencia de una fuente o de pocas fuentes, sin contrastar la información, lo que puede provocar manipulación; pues al no tener todos los elementos para construir una nota rica en datos, se mira una parte del problema y no el problema en general, la visión puede ser miope, el registro negativo y el producto que recibe la sociedad sesgado. Los resultados son negativos, no los idóneos y responsables, se utilizan únicamente fuentes interesadas, lo cual desvirtúa una buena información y distorsiona la percepción del televidente.

6.- En Televistazo de Ecuavisa no hay debate. Ecuador vive en un régimen democrático que, aparentemente, se siente amenazado, según la opinión de los dueños y principales figuras del canal, y así lo hacen sentir a su teleaudiencia. Sin embargo, no hacen nada para entregar herramientas de análisis en la parte política,

económica y social, para que su audiencia supere el bajo nivel que mantiene. Daría la impresión de que quieren mantener el status quo, no hacer polémica y seguir ejerciendo su influencia en la gente por ser la televisión el medio hegemónico vigente.

La agenda de este medio de comunicación depende de lo que sucede en el país y en el mundo diariamente. Después de este proceso de investigación, se concluye que los temas son escogidos por sus directores y productores de noticias guiándose con lo que informan el resto de medios, con la noticia obvia, la que está a la mano, que se genera normalmente en fuentes muy conocidas como la presidencia, la asamblea u organismos gubernamentales que convocan a ruedas de prensa.

Debe considerarse que en su agenda no constan temas con sensibilidad social, no hay tiempo o le dan poca importancia. Los deportes y farándula son un relleno, más no un aporte, los tienen en la pauta y cuentan con personal para desarrollar esos espacios pero son la última rueda del coche. En ocasiones no salen o, como se ha demostrado en la investigación, sus tiempos son recortados para cumplir con la programación o la continuidad, excepto cuando hay un evento especialísimo, entonces se los incluye en las primeras notas, ejemplo: cuando juega la selección de fútbol, una buena participación de un deportista en la olimpiadas como sucedió con Álex Quiñónez, alguna controversia surgida. La farándula es para refrescar el noticiero, no hay seguimiento de lo que los famosos hacen en el Ecuador, rara vez intervienen en este espacio quienes hacen noticias en este ámbito, casi todo lo recogen de los canales aliados o noticias internacionales.

REFLEXIÓN FINAL

La agenda de los medios grandes ni siquiera la establecen los más poderosos o los dueños, sino un grupo de personas sin preparación académica, que presentan como gran credencial la experiencia, la misma que dicen haber conseguido producto de diez, veinte o más años de servicio en un medio de comunicación o varios. Lo que realmente adquirieron fueron seis meses o un año máximo de aprendizaje, que luego lo trasladaron a la práctica, esa experiencia era de otros empíricos que también eran producto del mismo sistema. Tramoyistas, editores, camarógrafos, asistentes, convertidos en productores y directores de noticias, que lo único que realmente han aprendido es a servir al jefe sin contrariarlo. Los periodistas preparados y estudiados, muchos con experiencia tienen que cumplir órdenes, no hay libertad ni ejercicio libre de la profesión, no hacerlo es terminar en la calle sin empleo y proscritos por quienes ejercen el poder en los medios de comunicación.

El problema es mucho más crítico de lo que ha traslucido en esta investigación los mandos medios de las empresas informativas, tienen la consigna de no mejorar la calidad de información que se presenta al público, no les interesa que la gente se informe. Ellos saben que cuando la opinión pública tenga todos los elementos necesarios en conocimiento e información cambiarán las cosas en el país. Los grandes medios de comunicación han gozado y gozan todavía de privilegios, por esa razón no permiten que el negocio se vaya de sus manos. Condicionan y ejercen presión, argumentan que debe existir libertad de expresión pero al interior de sus medios es lo que menos practican.

REFERENCIAS

- COHEN, B. (1963), *The Press and Foreign Policy*, Princeton, Princeton University Press.
- CHOMSKY, NOAM (2002), *La propaganda y la opinión pública*, Barcelona, Crítica.
- D'ADAMO, O., GARCIA BEAUDOUX, V., FREIDENBERG, F. (2007), *Medios de comunicación y opinión pública*, Madrid: Mc Graw-Hill.
- DEARING, J. y ROGERS, E. (1996), *Agenda-Setting*, Thousand Oaks, CA., Sage Publications.
- FUNKHOUSER, R. (1973), "The Issues of the Sixties: An Exploratory Study in the Dynamics of Public Opinion", *Public Opinion Quarterly*, 37, 62-75.
- IYENGAR, S. Y KINDER, D. (1987), *News that Matters: Agenda-Setting and Priming in a Television Age*, Chicago, University of Chicago Press.
- KRIPPENDORFF, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido, teoría y práctica*, España, Paidós Comunicación, Hurope, S.L.
- LASSWELL, H. (1927). *Propaganda Technique in the World War*. Nueva York: Alfred A. Knopf.
- LIPPMANN, W. (1922), *Public Opinion*, Nueva York, MacMillan, Edición consultada, *La opinión pública*, (1964), Buenos Aires, Compañía General Fabril Editora, S.A.
- LÓPEZ-ESCOBAR, et al., (1996e), *Una dimensión social de los efectos de los medios de difusión, Agenda-Setting y consenso, Comunicación y Sociedad*, Vol. IX, nº 1y2.
- MCCOMBS, M, (1996), *Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo*.
- En BRYANT, J. Y ZILLMANN, D. (1996), (v.o.1994), *Los efectos de los medios de comunicación, Investigaciones y Teorías*, Barcelona, Paidós.
- MCCOMBS, M. y SHAW, D. L. (1972), "The Agenda-setting function of the mass media", *Public Opinion Quarterly*, nº 36.
- RODRIGUEZ DIAZ, R. (2004), *Teoría de la Agenda-Setting, aplicación a la enseñanza universitaria*, España, CEE Limecomp, S.L.
- SAPERAS, E. (1998), *Manual básico de Teoría de la Comunicación*, Barcelona, CIMS.

WIMMER, R. y DOMINCK, J. (1994), *Mass Media Research, An Introduction*, Belmont, CA, Wadsworth.

ZUKERNIK, E. (2008), *OBSERVADOR DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA*, Buenos Aires, Argentina, Fundación Konrad Adenauer.

ANEXOS