



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

TITULACIÓN DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

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

Autor:
Gómez Barragán, José Reinaldo

Trabajo de fin de titulación

Director:
Samaniego Castillo, Santiago Alejandro Lic.

Centro Universitario Nueva Loja

2012

Certificación

Licenciado

Santiago Alejandro, Samaniego Castillo

DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE CARRERA

C E R T I F I C A:

Que el presente trabajo, denominado: **“Análisis de la agenda setting de los medios de comunicación: televisivos, impresos y digitales del Ecuador, entre abril y mayo del 2012 caso Diario El Clarín”** realizado por el profesional en formación: José Reinaldo Gómez Barragán; cumple con los requisitos establecidos en las normas generales para la Graduación en la Universidad Técnica Particular de Loja, tanto en el aspecto de forma como de contenido, por lo cual me permito autorizar su presentación para los fines pertinentes.

Loja, 31 de noviembre de 2012

f).....

CI: 1104201130

Cesión de derechos

“Yo Gómez Barragán José Reinaldo, declaro ser autor (a) del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente 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).....

Gómez Barragán, José Reinaldo

2100379581

AUTORÍA

Las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de su autor.

f).....
Gómez Barragán, José Reinaldo
2100379581

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado primero a Dios, supremo creador y guía de mi vida, apoyo espiritual en los momentos de mayor necesidad y consuelo en mis fracasos.

A mis queridos padres, motivo constante de mi aprendizaje y progreso, su apoyo incondicional se ve plasmado ahora en este trabajo.

A mis hermanos y hermanas partícipes de alegrías y tristezas, de éxitos y fracasos, y hoy, testigos privilegiadas del fin de una carrera y el inicio de una vida.

A todas las personas que de alguna manera supieron poner su granito de arena para la feliz culminación de este trabajo académico.

AGRADECIMIENTO

Mi sincero agradecimiento y gratitud a la Universidad Técnica Particular de Loja, por haberme acogido en su seno y brindarme su estimación; ya que en ella recibí sus sabias enseñanzas y llevo inolvidables recuerdos en mi vida por lo que hace de esta casona un lugar de privilegio en mi corazón.

A mis distinguidos maestros que con su nobleza y entusiasmo depositaron en mí sus vastos conocimientos y son parte de lo que hoy puedo expresar en mi investigación.

A mis compañeras y compañeros de estudio por su apoyo espiritual en este largo caminar de aprendizaje juntos.

Certificación.....	ii
Acta de Cesión de derechos.....	iii
Autoría.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi

CAPÍTULO I. PARTE INTRODUCTORIA

1.1. Resumen.....	1
1. Introducción.....	3
1.2. Objetivos.....	5

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Teoría de la Agenda Setting: la agenda de los medios, la agenda pública y la agenda política.....	7
2. Agenda Setting en el mundo.....	15
2.3. Agenda Setting en el Ecuador.....	28

CAPÍTULO III. INVESTIGACIÓN: ANÁLISIS DE CONTENIDOS SEMANACOMPUESTA.

3.1. Metodología: Análisis de contenidos por medio de la ficha de información.....	33
3.2. Presentación de cuadros estadísticos.....	36

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS INDIVIDUAL DE RESULTADOS

4.1. Del medio de comunicación investigado.....	51
4.2. De las secciones investigadas.....	67

CONCLUSIONES	69
---------------------------	----

BIBLIOGRAFÍA	70
---------------------------	----

ANEXOS

RESUMEN EJECUTIVO

El trabajo de investigación sobre la temática: “Análisis de la agenda setting de los medios de comunicación: televisivos, impresos y digitales del Ecuador, entre abril y mayo del 2012”, es aprovechar, desarrollar y proyectar el uso de la cibernética y las redes sociales en Internet; sobre las bases de la teoría, deberes y prácticas fundamentales de la comunicación social, hacer uso de las posibilidades de interacción, trabajo colaborativo, multimedial y de proximidad. El propósito de la investigación es determinar las características de la información

Introducción

Transmitir la publicación de noticias se considera una costumbre tan remota como la humanidad, un fenómeno paralelo al habla del ser humano, se supone que ya las primeras civilizaciones tuvieron medios para comunicarse. En el caso ecuatoriano el chasqui cumplía un papel específico en transmitir los comunicados.

El periodismo, a más de mantener la información seleccionada y veraz, está especialmente dirigido a la orientación de la opinión pública, a la defensa de la justicia y de la verdad, a la educación de la comunidad, al bienestar de la población. Los periodistas, son los defensores por la libertad de expresión, la misma que muchas veces se ha visto coartada.

En este contexto la sociedad ecuatoriana hoy por hoy se encuentra tratando la aprobación del proyecto de LEY DE COMUNICACIÓN, ley que circunscribe los derechos que tienen todos los ciudadanos a ser orientados e informados sobre la realidad y los acontecimientos grandes y pequeños que tallan nuestra idiosincrasia, que fortalecen nuestra cultura, que permite a los pueblos, nacionalidades y de toda clase social se les garantice su derecho a recibir, buscar e informar y alcanzar la igualdad informativa. En este aspecto la agenda setting cumple un papel importante que de una u otra forma se está desarrollando en la plataforma social especialmente a nivel de medios de comunicación en el Ecuador.

El periodista cumple un rol esencial y está obligado a ser consecuente con los principios y aspiraciones del pueblo, a ser objetivo en la interpretación de los acontecimientos, su accionar también responde a un gran sentido de la responsabilidad con los principios universales de la convivencia pacífica, el medio ambiente y el respeto a los valores culturales.

En este caso la carrera de Comunicación Social de la Modalidad Abierta y a Distancia de la UTPL, crea como requisito indispensable previo a la obtención de su título de pregrado. La realización del presente trabajo investigativo cuya temática: **“Análisis de la agenda setting de los medios de comunicación: televisivos, impresos y digitales del Ecuador, entre abril y mayo del 2012 caso Diario El Clarín”**, pretenden desarrollar exploraciones con mayor aporte de contenidos y de utilidad práctica en beneficio de la sociedad en general; y como tal se enfoca en problemas del entorno, cumpliendo con la premisa: “no hay pueblo más fuerte que un pueblo informado y orientado”.

Indudablemente el aporte intelectual en beneficio de la sociedad ecuatoriana, para establecer la procedencia de la información, la naturaleza de las fuentes y de los protagonistas, estructura de la información y formato de noticias a través del desarrollo de las fichas y transmitirlos a la plataforma virtual de la UTPL para su correspondiente revisión.

El primer capítulo hizo referencia a la parte introductoria, desarrollando un breve resumen ejecutivo, introducción, el mismo hace énfasis al planteamiento de los objetivos de la investigación.

El segundo capítulo se enmarcó en la parte teórica científica destaca un conjunto de categorías y conceptos sobre la: agenda setting en los medios, opinión pública y su incidencia en el mundo y el Ecuador.

El capítulo tres recogió el tema de la metodología, en ésta, sobresalen las técnicas, instrumentos y fuentes de información que sirvieron de apoyo para consolidar este trabajo de investigación, como también la presentación de cuadros estadísticos; en el capítulo cuatro consta el análisis individual de resultados trata sobre el medio con sus correspondientes secciones investigadas.

Y, finalmente se incluye los resultados del presente trabajo, las conclusiones, bibliografía y anexos que se obtuvieron como producto de la investigación.

Objetivos

General:

- ❖ Determinar las características de la información publicada a través del medio de comunicación digital Diario El Clarín de Argentina.

Específicos:

- ❖ Establecer la procedencia de la información, la naturaleza de las fuentes y de los protagonistas, estructura de la información y formato de noticias a través del desarrollo de las fichas y transmitirlos a la plataforma virtual de la UTPL para su correspondiente revisión.
- ❖ Determinar el tratamiento de la información, el enfoque y el desequilibrio informativo y valores conforme las fechas establecidas.
- ❖ Elaborar los análisis de los resultados obtenidos sobre los contenidos publicados por Diario El Clarín, estableciendo semejanzas y contrastes entre las fechas comprendidas: 16 de abril, 24 de abril, 2, 10 y 18 de mayo del 2012.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

La comunicación es un fenómeno de carácter social que comprende todos los actos mediante los cuales los seres vivos se comunican con sus semejantes para transmitir o intercambiar información. Comunicar significa poner en común e implica compartir.

Todos los días los seres vivos se comunican de diferentes maneras, pero sólo los seres humanos podemos hacerlo racionalmente; llevando a cabo infinidad de actividades, tales como: conversar, reír, llorar, leer, ver televisión entre otras; por ello se dice que la comunicación humana es un proceso dinámico, inevitable, irreversible, bidireccional, verbal y no verbal.

Cuando dos o más personas hablan, se dice que hay una relación de comunicación. Esta relación recibe el nombre de interpersonal y es el tipo de comunicación que la generalidad de las personas practicamos la mayor parte del tiempo. Ocurre cuando usted establece una comunicación dialogante con otra u otras personas, cuando de parte de los familiares, amigos, cuando se solicita orientación de sus asesores. Esto quiere decir que debe darse dentro del marco familiar, en la comunidad, en una institución, organización o asociación profesional.

El diálogo es la forma más completa de comunicación entre los hombres. Se opone al homólogo, pues sí pone énfasis en el receptor del mensaje, se remite simultáneamente a varios marcos de referencia y con suma frecuencia utiliza oraciones interrogativas. Así mismo, permite la exteriorización de las ideas por medio de la conversación.

Al crecer la civilización y hacerse poderosa, sobrevino la necesidad de nuevos medios de comunicación. Así pues, al buscar el hombre su propia trascendencia, utilizó instrumentos que permitieron la extensión de sus sentidos.

De la comunicación directa, personal, se pasa a una comunicación pasiva. Esto quiere decir que cuando las implicaciones del mensaje van más allá de nuestras propias fronteras, se debe recurrir a medios técnicos para ampliar el contenido y la fuerza de lo que se quiere comunicar. Se pasa de la esfera humana a la esfera social y masiva. El proceso comunicacional sigue siendo el mismo, lo que cambia son los medios utilizados. Ya no nos centramos solamente en las personas, sino que se requiere de ciertos instrumentos de

carácter técnico para ampliar los contenidos de los mensajes y, en consecuencia, elevar el radio de acción y las posibilidades de lograr mayores efectos.

Es importante resaltar dentro de esta investigación elementos, características y causas relacionados con este vocablo pues es la columna vertebral y razón de ser del estudio. En opinión del autor del presente trabajo, el término agenda setting se utiliza con mucha rapidez al momento en que el comunicador social se enfrenta a diferentes escenarios para desarrollar su trabajo.

La elección del tema a trabajar no fue fácil, quería investigar algo que nos enriqueciera como futuros comunicadores, a partir de esa premisa surgieron varios interrogantes, pero el más aceptado fue la idea de investigar lo que en un principio llamaríamos "agenda setting". Los Medios de Comunicación son los sistemas creados por el hombre para establecer vínculos con sus semejantes, la palabra masiva lo que implica es un mayor nivel de penetración dentro de un universo que en este caso se puede definir como el cúmulo poblacional.

Estos sistemas de comunicación son una muestra de evolución humana y de cómo la información se ha vuelto fundamental para su supervivencia, a estos sistemas de comunicación se integrara a corto plazo uno más que es la Internet que está revolucionando al mundial.

4.1 Teoría de la agenda setting

La teoría de la agenda setting se desprende de la teoría de los efectos, en la cual se pensaba que los medios tenían como objetivo lograr un efecto generalizado sobre la masa, efecto que ésta recibía sin tener en cuenta ni el contexto ni sus criterios; es decir, en esta teoría el público era un ente inerte que recibía mensajes y los asumía sin análisis ni cuestionamientos.

La teoría de la agenda setting plantea que los medios de comunicación escogen los temas sobre los que se habla y se discute, así como su importancia, su orden y la manera de transmitirlos. Un ejemplo práctico de esto lo constituyen los noticieros y el tema del terrorismo: en casi todas las emisiones de éstos se hace mención de este tema, independientemente de si es o no noticia ese día. Los medios elaboran con antelación una

agenda de trabajo sobre la información que van a difundir, determinan la importancia de los hechos del país y del mundo y les asignan un orden planeado y pensado racionalmente con el objetivo de lograr mayor audiencia, un mayor impacto, y una determinada conciencia sobre cierto tema, a la vez que deciden cómo evitar referirse a determinada información, etc. El ejemplo más contundente de la puesta en práctica de esta teoría lo podemos encontrar en la televisión, la cual, en definitiva, es un medio hegemónico, pues moldea el entorno comunicativo y asume la información como un espacio de poder.¹

La agenda setting postula que, los medios de comunicación de masas tienen una gran influencia sobre el público al determinar qué historias poseen interés informativo y cuánto espacio e importancia se les da. El punto central de esta teoría es la capacidad de los mass media para graduar la importancia de la información que se va a difundir, dándole un orden de prioridad para obtener mayor audiencia, mayor impacto y una determinada conciencia sobre la noticia.

Sostiene que, como consecuencia de la acción de los periódicos, de la televisión y de los demás medios de información, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios públicos. La gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los media incluyen o excluyen de su propio contenido.²

"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".³

Indudablemente, con esta frase se podría iniciar preguntando ¿qué es la agenda-setting?, una de las teorías actuales más representativas de los medios de comunicación a nivel mundial.

En ella se estudia cómo los medios ejercen influencia en las audiencias mediante los temas considerados de mayor relevancia. El medio no decide por el público qué es lo que éste

¹ Arango, Luis (2011). *Teoría de la Agenda-setting*. Biblioteca Luis Ángel Arago, (en línea) disponible en: http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per35.htm#TEOR%AcuteA_DE_LA_AGENDA_SETTING. (Consulta 20-05-12).

² Rodríguez Díaz, Raquel: *Teoría de la Agenda-Setting: aplicación a la enseñanza universitaria*, (en línea) disponible en: <http://www.obets.ua.es/obets/libros/AgendaSetting.pdf> (Consulta 20-05-12)

³ Gallegos Noemí (2010), *Teoría* (en línea) disponible en: http://www.borriones.net/opinion/teorias_op.pdf (Consulta 21-11-21)

tiene que pensar u opinar sobre un hecho aunque sí decida cuáles son las cuestiones que van a estar en el candelero o en la opinión pública.

Desde el punto de vista de la Teoría de la Agenda-Setting, el término agenda se acuña en un sentido metafórico para expresar cómo las agendas o temas considerados relevantes por los medios pasan a ser subrayados también en las agendas de la audiencia. Las personas no sólo reciben información a través de los medios sobre determinados temas o asuntos que ocurren en el mundo y son considerados prioritarios, sino que también aprenden de ellos la importancia y el énfasis que les deben dar.

Walter Lippmann en su obra Public Opinión, en el capítulo "El mundo exterior y las imágenes que tenemos en nuestra cabeza", sostiene:

“Que los medios de comunicación son la fuente principal de creación de imágenes del mundo exterior en nuestras mentes. Con esto se destaca que el mundo que nos rodea es demasiado grande como para poder acceder a la información de primera mano por medios propios”.

Por ello, los medios nos cuentan cómo es ese mundo o información al que no tenemos acceso con el riesgo de que nuestras mentes reproduzcan un mundo distinto al real, que se encuentre "fuera del alcance, de la mirada y de la mente".

En este sentido, hablar de agenda-setting es hablar de las imágenes de los temas que destacan los medios, además de su transferencia a las imágenes que se reproducen en nuestras cabezas o mundo interior. La idea principal, por tanto, se centra en observar que las imágenes destacadas en los medios también son destacadas por la audiencia.

No obstante, la teoría no se limita a esta primera dimensión, no hace referencia sólo a los asuntos de la agenda, sino que incluye además las imágenes y las perspectivas que entran en el plano subjetivo y de la opinión. Tiene que ver con cómo se produce la transferencia de prioridades y el énfasis otorgado a cada uno de los temas. Este segundo nivel de estudio se ha denominado segunda dimensión de la agenda-setting, cuyo concepto se extrae de la autoría de Esteban López Escobar Profesor Ordinario de Opinión Pública. Departamento de Comunicación Pública de la Universidad de Navarra.

El estudio de la agenda-setting es el estudio de los cambios sociales y de la estabilidad social. Por otra parte, los individuos, cuando deciden cómo y por qué usan unos determinados medios, forman parte activa del proceso comunicativo, según sea su contexto y trasfondo individual, actitudes y acciones.

Desde el enunciado de la teoría, a principios de los años setenta en Estados Unidos, han sido muchos los trabajos de investigación centrados en estudiar la influencia de los medios sobre la opinión pública. Partiendo del punto de vista teórico, también existen numerosos elementos que pueden formar parte de las agendas de los medios y de la audiencia aunque, a la hora de estudiar la agenda-setting, la mayoría se ciñe sólo a temas de contenido público: política, medio ambiente, criminalidad, elecciones.

Según afirma Wanta, 1971 (pág. 135):

El concepto de la agenda-setting es mucho más complejo, “No todas las personas demuestran idénticos efectos de la agenda-setting. No todos los temas influyen de la misma manera en los individuos. No todos los tipos de cobertura influyen igual. Una infinidad de factores intervienen en este proceso”.

Los estudios de distintos medios como la radio, prensa, televisión o publicidad; la diversidad geográfica en la que se ha investigado; el estudio y evolución de la influencia en diferentes periodos de tiempo hacen que la bibliografía sobre esta cuestión sea muy abundante y enriquecedora en muchos aspectos. Estados Unidos, Alemania, España, Corea y Taiwán son algunos de los países más representativos cuando se estudia la relación medio-audiencia desde la perspectiva de esta teoría. Otras investigaciones, incluidas algunas y realizadas en laboratorio, se han dirigido al estudio del tiempo como variable independiente a la hora de observar cambios entre emisor y receptor.

Hablar de agenda-setting como anglicismo es referirse al conjunto de temas seleccionados para formar parte de un índice o agenda. En este sentido, lo que plantea la teoría es que los medios de comunicación cuentan en su haber o seleccionan de alguna manera el índice de temas resaltados, temas o índices que serán traspasados por la agenda de los medios a la agenda del público.

De esta manera, cabe destacar que con la aparición de 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.

4.1.1 Las tres agendas: la agenda de los medios, la agenda pública y la agenda política

“Cuando se habla de agenda-setting la teoría contempla tres tipos de agendas que se relacionan en el proceso comunicativo, existiendo diferentes estudios que se centran de forma individual en cada una de ellas. Dentro de los estudios tradicionales, el primero es el llamado "agenda-setting de los medios" ya que su principal variable reside en la medición de un tema en cualquiera de los medios de comunicación. El segundo estudio investiga la "agenda-setting del público" midiendo la importancia que tiene la selección de determinados temas entre la audiencia o público. En último lugar figura la "agenda-setting política" distinguiéndose de las anteriores por centrarse en las respuestas y propuestas que ofrecen los grupos políticos y las instituciones sociales sobre determinados temas. Temas que son objeto de debate público y que, en parte, aparecen en las agendas de los medios o en las del público”.⁴

Dentro del proceso informativo, las tres agendas se relacionan, al mismo tiempo que se ven influenciadas individual o colectivamente por diferentes factores que intervienen en la mayor parte del desarrollo comunicativo. En todo caso, se constituyen en un paradigma de información, orientación, educación y entretenimiento, requisitos fundamentales de la comunicación social de la que se sostiene actualmente.

⁴Rodríguez Díaz, Raquel: (2004) *Teoría de la Agenda-Setting*, (en línea) disponible en: <http://eprints.ucm.es/tesis/inf/ucm-t24877.pdf>

4.1.2 La agenda de los medios

La agenda de los medios de comunicación es una de las variables más resaltadas a la hora de generar el índice de contenidos que ocuparán las portadas de los medios durante un periodo de tiempo. El número de noticias que aparecen sobre un tema o asunto de estudio se mide en función de su importancia, páginas que ocupa, tiempo dedicado.

Supuestamente, la audiencia dará una relevancia al tema en función de la cobertura que haya tenido el mismo en los medios. Históricamente, la agenda-setting del público se ha medido para saber la respuesta a la pregunta clave relacionada con el problema más destacado sobre un asunto, a su vez, pregunta introducida en los años treinta por George Gallup. Es decir, antes de nada, las investigaciones comienzan preguntando al público cuál cree que es el problema más importante que tiene el objeto de estudio. En muchos casos, el objeto es el país o política del país en general, aunque a este respecto son numerosos los temas que se han ido introduciendo a lo largo de muchos años de investigaciones.

Dearing y Rogers afirman que el proceso de la agenda-setting comienza cuando un tema aparece en la agenda de los medios de comunicación. Pero, ¿qué es lo que hace que un asunto aparezca en los medios y no otro cualquiera? "Durante la primera década de investigaciones sobre la agenda-setting, los científicos de la comunicación no trataron mucho esta cuestión. Los investigadores tomaron la agenda de los medios como algo dado, necesario para la relación existente con la agenda del público. Fue en 1980, en el International Communication Association Meeting, cuando Steve Chaffee realizó la destacada pregunta de cómo es seleccionada la agenda de los medios".

Profundizando el análisis en este aspecto, Donsbach sostiene que existen diferentes factores de la noticia, como la sorpresa, la tematización, la personalización y el negativismo, que favorecen la publicación. Sobre estos factores, Bouza hace un comentario de cada uno de ellos a la vez que añade algunos otros introducidos por Tabachnik, como son la regla de la volubilidad, la de la equivalencia, la focalización de lo minúsculo y la de la amnistía temática.

4.1.3 La agenda pública

Además de la agenda de los medios, la agenda del público o pública es la otra gran agenda que contempla el proceso de la agenda-setting.

Normalmente, la agenda pública se mide por encuestas realizadas a una parte de la población y en ellas a una muestra de individuos se le pregunta: ¿Cuál es el problema más importante al que tiene que hacer frente este país?, pregunta denominada el Problema Más Importante. Con los resultados que se obtengan, se pretende ver la posición relativa que tiene un tema o varios en la agenda del público.

"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".

En los estudios iniciales sobre la teoría destacaron las investigaciones centradas en la importancia o jerarquización que daba el público a determinados temas. Uno de los trabajos más destacados podría ser el realizado por McCombs y Shaw, publicado en 1972, sobre las elecciones norteamericanas de 1968. Estos autores recopilaron datos sobre cinco temas determinados obtenidos en sus estudios previos en Chapel Hill (Carolina del Norte) que hacían referencia a las elecciones aunque su principal objetivo no era saber si éstos estaban directamente incluidos en la campaña electoral.

Lo que McCombs y Shaw quisieron explorar fue el grado de relación existente entre la relevancia que daba la agenda del público a esos cinco temas y la cobertura ofrecida por los medios de comunicación a esas mismas cuestiones.

En el caso de un estudio longitudinal, el interés reside en hacer un seguimiento de las agendas en diferentes periodos de tiempo. Normalmente la investigación se centra en el estudio de un solo tema y su seguimiento, en la búsqueda de los puntos álgidos y bajos que tiene éste en la audiencia y, además, determinar cómo la incursión de otros asuntos puede modificar o afectar colateralmente el interés o prioridad del público.

A la hora de medir la agenda pública se busca la actitud del encuestado sobre un aspecto de un tema considerado el más notable. Por ejemplo, se pregunta: ¿qué opina usted sobre las drogas?, ¿está a favor del aborto?, ¿qué opina de éste o aquel candidato político?. Hay que matizar que muchos de los estudios no sólo se centran en un único asunto sino que recogen diferentes aspectos relacionados con el mismo. Éste es el caso de unas elecciones presidenciales en las que se pregunta tanto por la figura de los candidatos, como por sus políticas y tendencias, valorándose también la implicación social, los temas de educación, salud.

Al realizar la pregunta sobre cuál es el problema más destacado del país, se busca indexar o jerarquizar los temas que ocupan en ese momento la agenda del público.

4.1.4 La agenda política

La agenda política o también denominada institucional es la tercera de las agendas que figura dentro del proceso que analizamos, aunque los estudios realizados sobre ésta son mucho menores. Mide el tipo de acciones que adoptan los gobiernos, parlamentos y las diferentes instituciones sociales que más tarde formarán parte desencadenante de debates, además de incluirse como temas destacados en la agenda de los medios y en la agenda pública.

Distintos autores, reconocidos como clásicos en los enunciados básicos de la teoría de la agenda-setting, no se centraron tanto en esta agenda al considerarla como un elemento particular dentro de los medios de comunicación. Sin embargo, autores contemporáneos han preferido matizar las consecuencias que tienen las políticas institucionales en el resto de agendas. Pese a ello, no son muchos los estudios de agenda-setting que se han centrado en esta agenda debido a su complejidad ya que son numerosas las variables que hay que tener en cuenta. Por el contrario, es más frecuente ver estudios sobre la influencia que ejercen los medios y el público en la agenda institucional. Sirva de modelo el estudio realizado por Erikson, Wright y McIver en 1993 en Estados Unidos con una encuesta telefónica realizada a de todos los estados norteamericanos. Después del análisis de los datos, se concluye diciendo que "la opinión pública es la que influye predominantemente en los tipos de políticas que se hacen". Otro enfoque de la agenda política o institucional está vinculado con la propia perspectiva y proceso de cómo, quién y qué elementos o factores contribuyen en la construcción de la agenda, también denominado agenda building. Ésta

estudia el proceso mediante el cual una numerosa serie de factores sociales además de la influencia mediática influyen en la construcción de las agendas institucionales.

Los mass media quedan en un segundo plano o, todo lo más, en factor causal coadyuvante de la cuestión central. La pregunta planteada aquí es: ¿Cómo un tema de preocupación pública alcanza el rango de prioridad institucional?

Los principales estudios de esta agenda se han concentrado en ver cómo los temas objeto de preocupación institucional han estado presentes en la agenda de una ciudad, gobierno o parlamento.

En general, los periodistas, a la hora de seleccionar temas prefieren aquellos que sean actuales y novedosos antes que alargar y estirar los que ya ocupan durante tiempo las portadas.

El aspecto novedoso de la noticia es uno de los relacionados con el mencionado factor sorpresa que comenta Donsbach, dentro de los que engloban los factores de noticiosos o las propias características de las noticias. Ya Shulz señaló que estos factores son usados por los comunicadores para la construcción de la realidad.

La relación entre los reporteros y los políticos o aquellos otros encargados de hacer políticas públicas llega a ser simbiótica en el sentido de ser necesarios los unos para los otros. Los periodistas necesitan información para publicar al igual que el acceso a las fuentes de noticias; en el otro sentido, los representantes de las instituciones necesitan difundir y proponer sus programas a los ciudadanos, destinatarios, votante en este caso, audiencia. A este respecto, Linsky1970 matiza que los medios de comunicación en la sociedad actual llegan a ser "omnipresentes" y centrales en el mundo del hacer político.⁵

4.2 Agenda setting en el mundo

La sociología de las noticias es un ámbito de investigación académica poco conocida en América Latina, pero que ha tenido cierto desarrollo en Estados Unidos e Inglaterra. Su origen se atribuye a los trabajos de Robert Park y Walter Lippmann, pero habría que incluir también algunos estudios sobre la relación prensa-sociedad, efectuados por Robert Park y Ernest W. Burgess y por una discípula de Park, Helen Hughes. En México existe una línea de trabajo incipiente explicada por González Molina, Hernández Ramírez, Lozano y Cervantes.⁶

Bajo esta concepción teórica es necesario analizar y comentar sobre las ramificaciones e influencias de los estudios “clásicos” realizados al interior de la Escuela de Chicago no pueden ser precisadas con claridad, pues esa línea de trabajo sobre la naturaleza de la prensa y los factores que influyen en su producción fue objeto de cierta marginación, dentro de la tradición dominante de análisis de los medios de comunicación; en la que si bien se han llevado a cabo enfoques críticos, ha predominado más bien una fuerte tendencia hacia el conocimiento de los efectos de los medios de comunicación en las audiencias.

No obstante el poco desarrollo que tuvo durante casi cinco décadas, el estudio de los productores de comunicación resurge a finales de los setenta y principios de los ochenta, según registran McQuail y Wolf. Frente a la proliferación de trabajos en esa línea, emergieron a partir de los ochenta algunas iniciativas tendientes a sistematizar o dar sentido a un tipo de investigación, para el que se han utilizado términos como “sociología del comunicador de masas”, “sociología de los medios”, “sociología del periodismo”, entre otras denominaciones para referirse al examen de los productores de comunicación o de noticias.

Hasta el momento se han efectuado diversos tipos de agrupación o caracterización de los análisis realizados en la línea de lo que en general se conoce como “sociología del periodismo”, “sociología de la producción de mensajes” o “sociología de las noticias”. Sin embargo, parece ser que el modelo más aceptado es el que proponen autores como Hirsh, González Molina y Shoemaker y Reese, quienes establecen una serie de niveles, para identificar y clasificar la investigación que hasta el momento se ha cumplido en dicha línea.

⁶Cervantes Barba, Cecilia (1993a) pág. 51 dispuesto en línea <http://www.infoamerica.org/documentos/pdf/setting05.pdf>

En otro sentido, pero también como parte del interés que ha despertado esta “nueva” línea de estudio de los productores de comunicación, principalmente de los periodistas y de las rutinas que tienen que ver con la producción de notas informativas, se pueden ubicar algunas interpretaciones sobre la relación entre la sociología de las noticias y un enfoque que se ha desarrollado durante las últimas tres décadas en la investigación sobre comunicación a nivel internacional, conocido como el estudio del establecimiento de la agenda o agenda-setting.

En estas páginas se da cuenta de la visión que algunos autores pero especialmente Maxwell McCombs y Donald Shaw, uno de los creadores del enfoque denominado agenda-setting, tienen de la naturaleza y relación entre la reciente línea de estudio sobre los productores de comunicación, esto es, la sociología de las noticias y el análisis de los procesos de establecimiento de agendas o agenda setting por parte de los medios de comunicación.

Se considera que conocer estas visiones puede ser importante para avanzar en la comprensión de una vertiente investigativa, que se ha puesto de moda en ciertos ámbitos académicos y de la cual se sabe poco en términos de sus raíces y naturaleza, así como del lugar que ocupa dentro de la tradición amplia de conocimiento de los medios de comunicación a nivel internacional.

Dentro de la tradición dominante de estudio de los efectos de los medios, existe un enfoque que se conoce como agenda-setting o establecimiento de la agenda. Esta línea de trabajo se inició a principios de los setenta con una investigación de McCombs y Shaw. Es un enfoque centrado, sobre todo, en el desarrollo de trabajos empíricos sobre el impacto que en el largo plazo tienen los mensajes de los medios especialmente los de tipo político en las audiencias.

Veinte años después de comenzar esta línea de trabajo y habiéndose producido más de doscientas investigaciones en el área, en *Explorers and surveyors: Expanding strategies for agenda setting research*, McCombs hace un ejercicio de recapitulación y construcción de perspectivas para el enfoque de agenda-setting, en el que da cuenta de lo que considera una promisoria “estrategia de expansión” de los estudios sobre el establecimiento de la agenda, a través del análisis del proceso de producción de noticias y el papel que los periodistas y las empresas de medios tienen en dicho proceso.

En el origen del análisis del establecimiento de la agenda, las investigaciones intentaban demostrar que las tendencias o patrones de cobertura de las noticias influían en la percepción que el público tenía, sobre cuáles eran los temas importantes del día.

En general, en ese ámbito de trabajo, ha predominado como foco conceptual y metodológico el conocimiento de los efectos de los mensajes en las audiencias y se han utilizado como fuertes recursos la encuesta y el análisis de contenido; pues se tiende a contrastar la relación entre los temas que privilegian el medio de comunicación y los temas que las audiencias señalan como importantes. Esto lleva la finalidad de delimitar el impacto de los medios en la construcción de imágenes, sobre lo que es relevante en el ámbito público.

En una primera interpretación sobre la relación entre la sociología de las noticias y los estudios sobre establecimiento de agenda, McCombs emprende un recuento del desarrollo del enfoque que él mismo contribuyó a crear a principios de los setenta. Identifica para ello cuatro fases de desarrollo de dicho enfoque.

Una primera fase, en la que se realizan estudios como el análisis de la campaña presidencial de 1968; otra en la que se exploran “condiciones contingentes” en la instauración de la agenda, esto es, se introducen conceptos procedentes de la psicología para explicar las necesidades de “orientación” de la audiencia; y una tercera en la que no sólo se analiza el contenido de los mensajes de los medios, sino la imagen de los candidatos y sus atributos e intereses políticos como “agendas alternativas”.

En el caso de la cuarta fase, que es la que interesa para el análisis de la vinculación entre los dos “subcampos”, esto es, la sociología de las noticias y el enfoque de agenda-setting, McCombs aporta la siguiente explicación:

Por los ochenta, una cuarta fase de la investigación sobre el establecimiento de la agenda transformó la agenda de los medios de variable independiente a variable dependiente. Al reformular la pregunta original ¿quién establece la agenda pública?, en esta cuarta fase se cuestiona ¿quién establece la agenda noticiosa?

En su interpretación sobre la expansión del subcampo, McCombs concibe las mencionadas fases como capas de una cebolla, en donde la última capa es la que remite al desarrollo de investigación en el área de la sociología de las noticias.

De acuerdo con McCombs, los estudios procedentes de la sociología de las noticias forman parte de un nuevo tipo de investigación sobre agenda-setting, que expande las posibilidades de trabajo en esa área; pero el autor no concibe que la sociología de las noticias constituya un nuevo campo o espacio de trabajo separado como han sostenido otros investigadores vinculados con ese campo o que se dedican a analizar el desarrollo de la investigación de la comunicación a nivel internacional.

La visión de McCombs se examina enseguida pues, de acuerdo con la perspectiva de quien aquí escribe, hay varios problemas en su forma de entender la relación entre los estudios de agenda-setting y los procedentes de la sociología de las noticias. Como se ha expuesto, McCombs muestra un fuerte interés y hasta entusiasmo por renovar el enfoque que veinte años antes contribuyó a construir con bases funcionalista. La estrategia central para concebir esa expansión del enfoque consiste, como ya se dijo, en “adicionar una cuarta capa a la cebolla”.

La diferencia es que esta capa es distinta a las otras en varios sentidos, especialmente en que las otras tres “capas” o fases compartían premisas comunes y había un hilo conductor, relativamente claro que aglutinaba la investigación producida en ese ámbito. La última capa, como el propio autor reconoce, es compleja y producto de una “variedad de contribuciones”.

Para describir esa mixtura de aportes, McCombs utiliza otra metáfora. Propone que se entienda que la cuarta capa está a su vez conformada por tres subcapas de una cebolla que hay que “pelar”:

La capa externa remite al conjunto de recursos que rutinariamente utilizan los periodistas para obtener las noticias. Los estudios sobre el establecimiento de la agenda vinculan los intereses de investigaciones sobre relaciones públicas con trabajo en el área de la sociología de las noticias. Otro trabajo expandió el espectro de los estudios presidenciales al explorar la influencia en el establecimiento de la agenda que tiene el productor de noticias número uno de la nación.

Otra capa de esta cebolla metafórica es la difusión de las historias noticiosas, incluyendo tanto ángulos como temas, entre los propios medios noticiosos, un área de investigación que es denominada “establecimiento de la agenda entre medios”. Entre los antecedentes históricos del establecimiento de la agenda entre medios, se encuentra el trabajo de Warren

Breed sobre el flujo de noticias entre los diarios y la tradición de los guardabarreras en la investigación sobre periodismo.

Nuevas contribuciones explícitamente basadas en la perspectiva del establecimiento de la agenda incluyen el estudio de un caso sobre la forma en que The New York Times puso a la cocaína en la agenda nacional de los medios en 1986, así como un análisis sobre los editores de diarios y televisión.

La capa interna de esta cebolla metafórica remite al núcleo o esencia profesional del propio periodismo, es decir, a aquellas prácticas, valores y tradiciones en las que cada periodista es socializado; empezando con su formación universitaria y continuando con las experiencias cotidianas en el trabajo. Estas actitudes y conductas son los filtros últimos que dan forma a la agenda de las noticias. Tan poderosas son estas normas que a pesar de las promesas de que la campaña de 1992 haría un mayor énfasis en los temas, los medios fueron atrapados por los imperativos de la forma de contar historias en el periodismo, cuando presentaron en titulares los problemas maritales de Bill Clinton. Lo que el público norteamericano aprendió de toda esa cobertura es que Gennifer se escribe con “G”.

Sobre esta manera de entender la sociología de las noticias y la expansión del enfoque del establecimiento de la agenda, habría que hacer algunas reflexiones y preguntas. No para descalificar el trabajo de McCombs, sino para identificar en qué puede tener razón y precisar al mismo tiempo inconsistencias o problemas, que permitan adoptar una postura en términos de si se sostiene o no la interpretación de ese autor sobre el fortalecimiento del enfoque en el que ha trabajado durante más de dos décadas y si efectivamente la sociología de las noticias debe entenderse como una especie de “nuevo brazo” o nuevo dominio de ese enfoque.

Lo primero que habría que decir es que en el texto de McCombs hay buen número de argumentaciones, que parecen no sostenerse en tanto no se desarrollan o no se ilustran suficientemente.

Según el autor, la cuarta fase constituida por tres “subcapas” es “una nueva fase de exploración en el desarrollo de la teoría del establecimiento de la agenda”, además de ser “el fundamento para construir una visión crítica de los medios basada sólidamente en una teoría de la comunicación masiva”. Sin embargo, no explica cuál sería la vía para conformar

esa visión crítica ni qué tipo de teoría daría fundamento a los trabajos recientes sobre el establecimiento de la agenda.

Ahora bien, ¿en qué se basa o de qué manera vincula McCombs los trabajos sobre sociología de las noticias con la investigación sobre establecimiento de la agenda? Para realizar esa vinculación, el autor “incorpora” o realiza una “lectura” de las investigaciones sobre producción noticiosa, desde los parámetros del enfoque en el que él trabaja. No le da un lugar en sí mismo a ese nuevo tipo de estudios sino que los “jala” hacia su campo de trabajo y propone que hay una renovación en la investigación sobre agenda-setting; en el sentido de que los académicos, a partir de los ochenta, ya no tienen únicamente como foco de atención analizar la agenda que aparece en las noticias y la que expresan las audiencias; sino que ahora prestan atención a cómo se produce la agenda que aparece en las noticias, esto es, se van “un paso atrás”, al examinar los factores que inciden en la producción de las noticias. El eje sigue siendo la agenda o temáticas que los medios privilegian, pero analizada desde el interior de los medios o desde las fuentes.

La sociología de las noticias por su concepción clásica tradicional de las altas capas sociales de los países desarrollados no es crítica por su producción, sino más bien su contenido está rigurosamente tratada por los académicos, cuya línea de trabajo privilegia el estudio de los mensajes y las audiencias, de pronto se interesaran por “completar el ciclo” al centrar su atención en los productores o emisores, esto es, en la instancia considerada tradicionalmente como el punto de partida en el proceso de comunicación, que a nivel elemental estaría integrado por emisores, mensajes y audiencias. El problema es que la estrategia utilizada por McCombs no es comprensiva; genera dudas y, como se señaló, hay ciertas inconsistencias que no le dan la razón del todo y que se observan enseguida.

En ese sentido, habría que apuntar, primero, que McCombs publica su trabajo en 1992, un año después de que Shoemaker y Reese dan a conocer el texto en el que desarrollan un modelo a su vez basado en una propuesta de Hirsch sobre los niveles en torno a los cuales se ha desplegado la investigación de producción de comunicación o de influencias en el contenido de los medios masivos.

Esos niveles son: individual, de las rutinas de los medios, de la organización de medios, externo a la organización y el ideológico.

Estos autores reconocen una jerarquización en esos niveles y consideran que los dos más altos o de mayor complejidad, han sido trabajados sobre todo en la investigación europea y los otros tres en la norteamericana.

McCombs conoce el estudio científico de Shoemaker y Reese y, por tanto, la propuesta que estos académicos realizan en torno a los niveles de influencia, McCombs retoma este estudio pero sin otorgarles crédito y de acuerdo con la siguiente lógica.

Reconoce la heterogeneidad en los análisis sobre los productores de comunicación y para referirse a los “niveles”, utiliza la metáfora de las subcapas en la “cuarta capa” de la cebolla. Las tres subcapas corresponden: la primera, al nivel de las rutinas; la segunda, al de las influencias externas a los medios o relación entre medios; y la tercera, al nivel individual o profesional. No reconoce el autor la influencia de dos niveles: el de la propia organización y el de la ideología.

En síntesis el aporte de estos tres científicos críticos de la comunicación es fundamental para el desarrollo de la sociedad, si bien es cierto cada uno aporta con sus puntos de vista sustentados por estudios de orden científico; mas sin embargo discrepan y someten al debate público sus trabajos que indudablemente con el transcurrir del movimiento dialéctico del mundo y la incorporación de nuevas tecnología en la comunicación, hacen que estos referentes se constituyan permanentemente en los análisis e interpretaciones de los estudiosos de la comunicación social.

“Es notorio también que McCombs sólo reconozca un grupo de estudios en el ámbito de la sociología de las noticias; trabajos, que por cierto, se ubican en el nivel “externo”, esto es, en el de los procedimientos para recolectar información con las fuentes; y del texto de ese académico no se desprende ninguna explicación de si en los otras “subcapas” predomina algún otro tipo de investigación o algún enfoque procedente de la psicología o de otros campos disciplinares que pudiera tener vinculación con el enfoque del establecimiento de la agenda. ¿Dónde queda entonces la investigación en torno a los otros niveles de influencia en la producción de comunicación?”.⁷

⁷Cervantes Barba, Cecilia (2005) en línea digital <http://www.infoamerica.org/documentos/pdf/setting05.pdf>

En su estrategia, consistente en “jalar” o “recodificar” la investigación efectuada en el área de la sociología de las noticias e integrarla al enfoque del establecimiento de la agenda, McCombs incluye una interpretación-valoración sobre el sentido del trabajo realizado por Shoemaker y Reese:

La investigación sobre el establecimiento de la agenda integró un número importante de subcampos de investigación sobre comunicación masiva bajo un paraguas común. Algunas veces era un simple trabajo de articulación, por ejemplo, utilizando la literatura acumulada sobre sociología de las noticias, para explicar, en parte la naturaleza de la agenda de los medios.

Esta visión de McCombs se aleja del sentido que Shoemaker y Reese le dan a su trabajo y a la sociología de las noticias o sociología de la producción de mensajes; pues si bien los dos autores llevan a cabo la articulación a la que McCombs se refiere, no lo hacen para fortalecer el enfoque del agenda-setting, sino para dar forma a un nuevo campo de trabajo sobre las influencias de la producción de comunicación en los mensajes de los medios, especialmente en los noticiosos.

Otro punto a tratar es que en la recuperación o incorporación del trabajo hecho en la línea de la sociología de las noticias, McCombs no “jala” todo y uno se pregunta ¿a qué responde que sólo retome algunos textos si a través de Shoemaker y Reese, y tal vez de otros autores, pudo conocer lo que se ha producido en el área? Las respuestas a esta pregunta se convierten, cuando mucho, en hipótesis o interpretaciones muy iniciales, a fin evaluar los resultados obtenidos, producto de la investigación realizada.

Es así que se considera posible que McCombs al acercarse al “cuerpo” de investigación que en distintos niveles se ha desarrollado como parte de la sociología de las noticias, estuviera consciente de que no todo se puede recodificar como análisis sobre el establecimiento de la agenda y sólo tomara aquellos estudios que en términos muy generales intentan responder ¿quién establece la agenda de los medios? Es por eso, tal vez, que para ilustrar sus argumentaciones incluya muy pocas referencias y en algunos casos aparecen mal utilizadas. Por ejemplo, un trabajo de Reese y Danielian, McCombs lo considera como parte del enfoque y lo toma como ejemplo para ilustrar de qué están hechas o qué se estudia en las “capas” de la cebolla, cuando en realidad ese artículo, junto con otros del libro en el que es publicado, se orientan más bien hacia la búsqueda de factores que determinan una

cobertura común por parte de los medios y no hacia la manera en que se establece la agenda como tal.

En esa necesidad de “dar cuerpo” a su estrategia de expansión del enfoque de agenda-setting, McCombs no sólo decodifica la investigación reciente sobre los productores de comunicación sino que llega a considerar a un estudio “clásico” que Reese, Ballinger y Shoe-maker identifican como una de las raíces de la sociología de las noticias, como el antecedente histórico de la “subcapa” que McCombs denomina “establecimiento de agenda entre medios”.

Entre los antecedentes históricos del establecimiento de la agenda entre medios está el trabajo terminal de Warren Breed sobre el flujo de noticias entre diarios y la tradición del guardabarreras en la investigación sobre periodismo.

Como se puede apreciar, McCombs utiliza su propia “lente” para interpretar lo que en el ámbito de análisis de la producción de comunicación se genera durante los setenta, lo cual en principio no estaría mal si se fundamentara la propuesta y si los estudios empíricos a que se hace referencia realmente sustentaran las argumentaciones, y las clasificaciones en las que se les incluye.

Al parecer, McCombs descubrió o se interesó por el área de análisis de la producción de noticias a principios de los noventa, pues todavía en 1988 presentó una ponencia en Veldhoven en la que examina la evolución de la investigación sobre agenda setting y no hace referencia a las fases que presenta en el artículo de 1992; sino que clasifica los estudios en función de los efectos que tienen en las audiencias y enfatiza en los trabajos sobre las “condiciones contingentes”, esto es, la base psicológica de la instalación de la agenda que en el documento de 1992 aparece como la segunda fase.

Posteriormente al aporte de McCombs surgen estudios, de Rogers, Dearing y Bregman y otro de Kosicki, en los que se plantearon también vías para reorientar el enfoque de agenda setting; algunas de las cuales son retomadas por McCombs en 1993 en dos textos que se analizan más adelante. En uno de ellos replantea la visión que tenía en 1992, sobre la relación entre el establecimiento de la agenda y la sociología de las noticias.

Antes de hacer referencia al contenido de esos documentos, se revisan enseguida las visiones de Rogers, Dearing y Bregman, quienes analizaron parte de la investigación efectuada durante casi veinticinco años dentro del enfoque del establecimiento de la agenda e identificaron, más que fases, algunos tipos de investigación: 1) análisis del establecimiento de la agenda de los medios, 2) análisis del establecimiento de la agenda pública y 3) análisis del establecimiento de políticas públicas. Por su parte, Kosicki retoma la propuesta de Rogers, Dearing y Bregman de clasificación de la investigación en ese campo, la cual no coincide con McCombs; pues al contrario de ese autor, Kosicki no reconoce que exista un vínculo evidente entre agenda-setting y sociología de las noticias.

Es así que al hacer su propia revisión de las lagunas que existen en la investigación sobre agenda setting, se refiere a la necesidad de “examinar el proceso de construcción de noticias” y a que hay “una falla en los estudios sobre establecimiento de la agenda pública, en general y es la ausencia de un vínculo claro y específico con la teoría del trabajo noticioso”. En la búsqueda de “oportunidades” para la investigación sobre el establecimiento de la agenda, el autor propone las posibilidades de expansión del mismo, a partir de la adopción del enfoque del framing y no de la sociología de las noticias.

Habría que mencionar que Kosicki conoce y cita el texto de Shoemaker y Reese sobre los niveles de análisis de factores, que influyen en la producción de comunicación pero no interpreta ese trabajo de la misma manera como lo hizo McCombs en 1992. Kosicki se centra en describir las premisas de los estudios sobre los constructores primarios de la realidad entre los que pueden estar las fuentes o los propios periodistas que utilizan “marcos” o patrones de cognición, selección, interpretación y presentación de la información. Sobre este punto, McCombs considera que este tipo de investigación rebasa el modelo del establecimiento de agenda en el sentido de que “centra su atención en el lenguaje político y en la definición de los temas que se tratan”. El autor considera que habría que orientar el estudio hacia el examen de las rutinas de cobertura de los asuntos públicos, para conocer los procesamientos esquemáticos de información que siguen los periodistas.

Este académico plantea que el análisis de los “marcos” que utilizan los periodistas, no debe ser visto como una extensión de la investigación sobre el establecimiento de la agenda; pues ese enfoque procede de perspectivas cognitivas y “apunta en nuevas direcciones no previstas en el modelo original del establecimiento de la agenda”.

Contraria a la postura de McCombs, en la que este académico vincula fuertemente el enfoque de establecimiento de la agenda con la sociología de las noticias, Kosicki erige una separación casi tajante para destacar la importancia del estudio de la construcción primaria de la realidad, y diferenciarlo del conocimiento de la producción noticiosa.

Comprender el proceso mediante el cual los temas son definidos y popularizados en sociedades plurales es sumamente importante, aun cuando no exista ningún vínculo de este tipo de trabajo con el enfoque del establecimiento de la agenda. Que la investigación en esa área se denomine “construcción de la agenda” o simplemente “sociología de los medios” o “estudios sobre el comunicador no es lo más importante.

Generar literatura sobre la producción que realizan los medios desde la perspectiva del establecimiento de la agenda permite tener un foco claro, un sentido de dirección y una obvia conexión con bastante literatura. Pero una cosa es estudiar a los periodistas, el trabajo noticioso y las organizaciones de medios y otra es estudiar el desarrollo de agenda en términos de framing.

En el mismo año en que apareció el texto de Kosicki en 1993, McCombs dio a conocer otros dos documentos. En uno de ellos coincide con la perspectiva de Kosicki al explorar la relación entre televisión, poder y vida cotidiana en el establecimiento de la agenda y retomar el concepto de framing, para proponer que se analicen las estrategias que utilizan los periodistas y mediante las cuales no sólo se nos dice qué pensar sino cómo pensar sobre ciertos asuntos públicos al enfatizar algunos rasgos y minimizar otros. La utilización de la perspectiva de la formación de “marcos” para analizar la generación de agendas, se perfila en ese texto como la vía para enriquecer el estudio del establecimiento de agendas.

La visión sobre el papel de la formación de “marcos” en el estudio del establecimiento de la agenda, se modificó en otro documento publicado también en 1993, pero ahora con Donald L. Shaw. Se trata de un artículo en el que McCombs plantea brevemente la discusión sobre las posibilidades de la hipótesis del framing y le da mayor relevancia a su interpretación sobre las cuatro fases o “capas” de la cebolla que, según explicó en el artículo de 1992, permiten dar cuenta del desarrollo del enfoque agenda setting; pero con una diferencia en la concepción de la cuarta fase. En el artículo de 1992 señaló que en esta fase los investigadores pasaron de la pregunta ¿quién establece la agenda pública? a ¿quién establece la agenda de los medios?.

En 1993, junto con Shaw explica que la investigación desarrollada en esa cuarta fase se centra en las fuentes de la agenda instaurada por los medios. Esta visión coincide en parte con la de Rogers, Dearing y Bregman, en el sentido de que un tercer tipo de investigación se dedica a responder quiénes y de qué manera instalan la agenda de las políticas públicas.

En el texto de 1993, los fundadores del enfoque sobre establecimiento de la agenda, ya no se refieren a las tres “subcapas”, en que se divide la cuarta “capa” de la gran cebolla de estudios sobre agenda setting que se expuso previamente, remitían en realidad a niveles de influencias en la producción de comunicación sino que retoman el trabajo de Shoemaker y Reese pero no en términos de considerar como lo hizo McCombs previamente que lo que esos dos investigadores hacen es solamente articular la investigación sobre agenda setting, sino respetando la visión de esos académicos y reconociendo a la sociología de las noticias como un campo aparentemente separado.

En su evolución durante los últimos 25 años, la perspectiva sobre el establecimiento de la agenda ha aportado un paraguas común a un buen número de tradiciones y conceptos en comunicación. Mientras que las fases iniciales de la investigación sobre el establecimiento de la agenda se centraron en la pregunta: ¿quién establece la agenda pública?, (bajo qué condiciones?, la fase más reciente de trabajo ha dirigido su atención hacia la pregunta ¿quién establece la agenda de los medios?. La pregunta ha vinculado la investigación sobre establecimiento de la agenda con un importante número de subcampos de la ciencia social, la comunicación y el periodismo. Le basta literatura en el área de la sociología de las noticias con su gran variedad de perspectivas en torno a las influencias que modelan cotidianamente la construcción de la agenda de los medios es muy relevante para este aspecto de la investigación sobre el establecimiento de la agenda. En su detallada exposición de esas influencias, Shoemaker y Reese incluyen rutinas de los medios, sociología organizacional e ideología, todo además de las diferencias entre periodistas.

En este texto, McCombs redimensiona su visión sobre el papel de la sociología de las noticias. Junto con Shaw considera que lo realizado en ese campo se orienta hacia el conocimiento de las influencias en la construcción de la agenda de los medios. Sin embargo, esta es una interpretación un tanto lineal y reduccionista pues como se analiza en otro texto de Cervantes, 1995, los sentidos y objetos de ese tipo de investigación son múltiples y no tienen que ver únicamente con la construcción o, en general, con el establecimiento de agendas.

Finalmente, habrá que mencionar que en este artículo de McCombs y Shaw, el primero no solamente revisa su postura sobre la sociología de las noticias sino que relativiza su interpretación sobre el impacto que esa perspectiva tiene en el enfoque en el que trabaja.

Esto lo hace orientando su atención hacia el análisis de la vinculación entre los estudios de agenda setting y los de framing. Como se mencionó anteriormente, hacia el final del artículo se incluye un apartado sobre las nuevas rutas de la investigación sobre agenda setting, en el cual existe una fuerte coincidencia con los planteamientos de Kosicki sobre el papel que juega el enfoque de los “marcos” cognitivos, o del framing en el establecimiento de la agenda.

Es casi seguro que las reformulaciones de las interpretaciones de McCombs y de las mías propias sobre la sociología de las noticias y el establecimiento de la agenda continúen en el futuro cercano; pero se consideró importante revisar, por una parte, una serie de interpretaciones “en diálogo” de los autores dedicados a analizar el desarrollo del enfoque de agenda setting, y por la otra, la forma como esas interpretaciones pueden impactar la visión que se tiene sobre la construcción de la sociología de las noticias, como un ámbito específico de investigación sobre los productores de comunicación.⁸

⁸ Cervantes Barba, Cecilia (2005) *La Sociología de las noticias y el enfoque agenda-setting*, México: Universidad de Guadalajara http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/setting05.pdf Recuperado 23 de diciembre 2010.

4.2 Agenda setting en el Ecuador

¿Quién decide lo que es importante y lo que no lo es, en el convivir diario? ¿Quién decide los temas que deben ser discutidos o no por la opinión pública? Según la denominada teoría de la agenda setting o definición de agenda temática, ese papel cumplen los medios de comunicación. Visibilizando o invisibilizando un hecho, los medios pueden subir o bajar el impacto de ese hecho, de acuerdo a sus intereses.⁹

Ante esta serie de interrogantes teóricos, analicemos detalladamente cómo se aplicó en la cobertura de la detención por juicio de alimentos del presentador de televisión Bernardo Abad, que hicieron los medios escritos, en su edición impresa del viernes 7 de enero, al día siguiente de suscitado el hecho.

Como en la difusión de cualquier nota periodística, aquí hay tres posibilidades: maximizarle, minimizarle o darle un espacio recatado, de acuerdo a la trascendencia del hecho. ¿Y cuál es la trascendencia? Aquí está el quid del asunto. Hay dos puntos de partida. El primero, que se trata de un personaje público, un periodista con alto grado de exposición y que trabaja en un medio privado que se ha caracterizado por hacer oposición al Gobierno, línea en la cual Abad se ha sentido como pez en el agua. El segundo, que en su espacio como principal conductor de el segmento de la comunidad de Teleamazonas, da permanentes lecciones de moral, pulcritud, responsabilidad, honestidad y enjuicia duramente a los “pilllos y sinvergüenzas”.

En este entorno ¿cómo cubrir el hecho?, para responderlo hay otra pregunta clave ¿qué se pretende con la cobertura del hecho? Y aquí aparecieron las diferencias y coincidencias entre los medios.

Si la intención era que “todo el mundo” conozca este hecho para dejarle al presentador de Tv en mal predicamento, ya que, sin decirlo ningún medio lo hizo, se ponía en entredicho una supuesta doble moral, entre lo que dice y lo que hace, pues el camino era la sobre exposición del hecho.

⁹José Villamarin Carrascal (2011) en línea digital <http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/analisis/563-la-prision-de-abad-iuna-cobertura-como-debe-de-ser.html>

El caso más evidente fue el del diario El Telégrafo, medio cercano al Gobierno, que sacó en portada y con foto incluida, un título más próximo a la opinión que a la información, donde decía “Deuda deja en jaque a Bernardo Abad”. Y pasaba la noticia a la página 9, donde le dio prácticamente media página, con una enorme foto a todo color.

Si la idea era “solidarizarse” con el “colega” y evitar que se erosione demasiado su credibilidad con fines pretendidamente políticos en los que podían estar interesados los medios opuestos al gobierno, lo mejor era el ocultamiento o minimización del hecho.

¿Estas fueron las intenciones de los diario Expreso y El Comercio? No podemos asegurarlo. Pero Expreso, por ejemplo, hizo “mutis por el foro”. Ni se enteró que le habían cogido preso a Abad. No de otra manera se entiende que en su edición del viernes 7 no haya sacado ni una línea sobre el hecho.

El Comercio, en cambio, sí publicó la información. Pero lo hizo en la página 26, en la Sección Deportes/Espectáculos/Pasatiempos/Clasificados, en la columna “Flashes”: Allí tituló: “Abad, preso por un juicio de alimentos”. ¿El espacio? una columna de apenas ocho líneas. Como para que nadie se entere.

Si la intención era informar un hecho que el lector merecía enterarse, pues estaba involucrado un personaje que diariamente genera opinión pública por lo que debe estar él también sujeto al escrutinio público, había que necesariamente difundir el hecho sin maximizarle ni minimizarle, dejando que el lector saque sus propias conclusiones.

Hoy, El Universo, Ecuadorinmediato.com, Ecuador en vivo, así lo hicieron. Y cumplieron con el público.

Hay un medio de comunicación que considero no puede encasillarse en ninguno de los tres ítems anteriores. Se trata del diario Últimas Noticias. Sacó información en portada, con un título muy a su estilo: “Ya pagó ‘como debe de ser’”. Con la frase “como debe de ser”, hace alusión a una expresión idiomática, obviamente mal construida, de uso común por parte de Abad, la cual, sin embargo, por ser dicha por el presentador de televisión, prácticamente ha sido justificada por el propio canal, por el tratamiento jocoso que le dan.

El título, en letras amarillas, va acompañado de una fotografía encuadrada en un círculo y de un sumario en letras blancas, todo sobre un fondo negro, lo cual, en su conjunto, queda bastante bien resaltado.

El título en sí encierra una mofa y enfrenta lo central de la crítica a Abad: la incoherencia entre su discurso moralizador y su práctica que, en este caso, sería contrapuesta.

Dadas estas características, Últimas Noticias se supone debería estar encasillado en los medios que sobre exponen el tema con la supuesta intencionalidad de dañar la credibilidad de Abad. Pero al ser el diario parte del grupo El Comercio, esta intencionalidad queda descartada.

Personalmente le apuesto a dos situaciones. Primera: dado que es un diario más “popular” que “serio” ¿es válida esta diferenciación de los medios?, no podía dejar pasar un hecho de esta naturaleza para acercarse a sus lectores con un título más bien jocoso, pero que no pasa de allí, que no tiene la intencionalidad política de bajar su credibilidad aunque el lector puede darle la lectura que él, desde su contexto, considere pertinente.

Y segunda: pienso que es una buena demostración de su independencia frente a su hermano mayor, diario El Comercio, lo cual, de ser así, es digno de aplaudirse.

¿Medios “públicos” versus privados?

La cobertura de este hecho actualiza otro tema que está pendiente en el ambiente periodístico nacional la polarización entre los medios públicos y los privados. Aunque, en realidad, en lugar de “medios públicos”, más bien debería decirse medios cercanos al Gobierno, para no desvirtuar lo que en realidad es un medio público, por definición, independiente de cualquier tipo de poder político, económico, etc.

La cobertura que hicieron La Hora y Andes, nos lleva a este análisis. La del diario capitalino fue sui géneris, para decirlo de alguna manera. Para este medio, la noticia no fue la detención o la libertad de Abad los dos hechos sucedieron el mismo día, por lo que, dependiendo de la hora del cierre de edición, el enfoque podía ser por cualquiera de los dos, la noticia, consignada en el título, fue que los “Medios públicos dieron gran cobertura a detención de Abad”.

¿Por qué ese título? ¿Se trata de criticar a los medios “públicos” por haber sobre expuesto al hecho? Esto parece estar claro. Lo cual se puede confirmar haciendo un breve análisis de la nota periodística En ella, el reportero hizo lo suyo: contar al inicio lo central del suceso, esto es, la detención, la liberación, el pago del dinero adeudado... Y contó también que los medios públicos dieron gran cobertura al hecho, porque así fue. Solo que el periodista, con buen criterio, puso esta información en el quinto párrafo. Y entonces, ¿qué hace ahí ese título? Si consideraban que lo que dice el título era la noticia, debieron comenzar por ahí y no dejarla para el quinto párrafo. Habría sido más coherente. Por eso son válidas las siguientes preguntas: ¿La nota la tituló el periodista? ¿O acaso lo hizo el editor, supuestamente más alineado con las políticas del medio?

La agencia pública Andes, por su parte, utilizó la ocasión para hacer un análisis de este suceso, en el que, de paso, aprovechó para hacer un recuento de dos “casos” en los que estuvieron en entredicho dos medios de comunicación. Se refirió a la incautación de la revista Vanguardia por falta de pago del arriendo de sus oficinas y la supuesta evasión de impuestos en las aduanas por parte del diario El Comercio.

¿En qué se relacionan estos dos hechos con el de Bernardo Abad? Para Andes, los tres tienen en común el intento por utilizar en beneficio propio la profesión de periodista o el hecho de pertenecer a un medio de comunicación, que tradicionalmente ha significado poder. Así dice Andes: “Otro caso en el que se quiso esconder la irresponsabilidad personal escudándose en la calidad de periodista, es el de Bernardo Abad”.

La polarización de los medios es una situación en la que poco, muy poco, tienen que ver los periodistas; es, más bien, un asunto de medios o directores de los medios, donde el periodista está como sánduche, obligado a asumir una posición: la de alinearse con el medio o sea a favor o en contra del Gobierno, y, por ello, queda imposibilitado de asumir su verdadero rol: informar pensando en lo que el público necesita para formarse una opinión libre y autónoma y, sobre esa base, actuar sobre el entorno. Lo grave de esto es que, como dice Javier Darío Restrepo, “Un periodista no independiente es como un cirujano con el mal de Parkinson. Más bien debería dedicarse a poner azúcar en las empanadas. Me refiero, claro, al cirujano”.¹⁰

¹⁰<http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/analisis/563-la-prision-de-abad-iuna-cobertura-como-debe-ser.html>. Jose Villamarin Carrascal

En todo caso en el caso puesto como manifiesto de análisis, en el Periodista dentro del ejercicio profesional en el cumplimiento de sus deberes, los principios juegan un rol preponderante, por el Periodismo como rama profesional dentro de las ciencias se somete a riesgos como son la pérdida de la credibilidad ante la opinión pública, poco interés en profesionalizarse; es decir los principios no se compran ni se venden, estos se construyen día a día teniendo como premisa el ejercicio imparcial, la verdad como sinónimo. Es decir que el Periodista debe ser un modelo de valor ético y moral ante la sociedad caso contrario no solo perdería credibilidad la persona como periodista sino la empresa comunicacional también pierde imagen institucional.

Capítulo III. INVESTIGACIÓN: ANÁLISIS DE CONTENIDOS SEMANA COMPUESTA

3.1 Metodología: La investigación realizada sobre el informe es de tipo crítico descriptivo, en vista que se detectó las variables del fenómeno, sus relaciones y se estableció las alternativas para resolver la temática: **“Análisis de la agenda setting de los medios de comunicación: televisivos, impresos y digitales del Ecuador, entre abril y mayo del 2012 caso Diario El Clarín”**.

El proceso de la investigación, se desarrolló con metodologías de enfoque cuantitativo y cualitativo.

Cualitativo: Se notó la participación interna e interpretativa, dando una visualización clara y concreta del problema, investigándolo en su contexto, en una realidad dinámica, permitiendo así comprender, analizar y concienciar el fenómeno desde el interior del problema.

Cuantitativo: Se interpretó sistemáticamente los datos de las informaciones recopiladas tendientes a evaluar la magnitud y confiabilidad de las relaciones entre las variables de la investigación orientadas a lograr los objetivos propuestos.

3.1.1 Técnica empleada: La técnica empleada fue la semana compuesta del 16, 24 de abril y, 02, 10, 18 de mayo del 2012. La ficha es la herramienta de pregunta-respuestas trabajada en un repositorio digital de datos web.

Los datos obtenidos de la ficha, se transcribieron a una plataforma informática proporcionada por la UTPL. La plataforma fue de uso interactivo, dinámico, sencillo, muy similar a la ficha proporcionada por la institución; lo cual permitió ingresar los datos rápidamente. Además, para ingresar se creó un nombre de usuario y contraseña, proporcionados por la UTPL a través del EVA.

Posteriormente se elaboraron cuadros estadísticos con los resultados obtenidos de la investigación y finalmente el análisis individual del índice estadístico.

Se apoyó en la revisión y análisis de los contenidos de noticias de orden virtual que sirvieron de base para las fundamentaciones. De campo virtual, por desarrollarse en el lugar en que se produjeron los acontecimientos durante al año 2012, con las siguientes fechas establecidas por la Universidad Técnica Particular de Loja:

En primer lugar se procedió a recolectar información bibliográfica sobre la teoría de la agenda setting y sobre el medio investigado para dar soporte al trabajo y una perspectiva teórica a la investigación, después con la guía del manual se procedió a cumplir estrictamente con el cronograma de actividades y la consecuente indagación acerca del medio El Clarín de Buenos Aires.

3.1.2 Descripción de los nueve apartados: Los apartados que contiene la ficha son los siguientes:

1. Identificación
2. Origen de la información
3. Naturaleza de las fuentes y los protagonistas
4. Fórmula de identificación de los protagonistas
5. Estructura de noticias
6. Tratamiento de los contenidos
7. Enfoque
- 8.- Desequilibrio informativo
- 9.- Valores.

3.1.3 Descripción del medio asignado: La investigación se realizó en uno de los medios de comunicación más importantes de América Latina, cuya información se obtuvo los datos de acuerdo con los objetivos de la Facultad de Comunicación Social de la UTPL, pretendiendo descubrir las causas y efectos, para buscar la solución respectiva al tema investigado. Entre los datos más relevantes del medio tenemos a Diario El Clarín, es un medio digital que pertenece a la ciudad de Buenos Aires, cuyo alcance es a nivel mundial, específicamente al público al cual está dirigido el medio es la República de Argentina.

Clarín fue fundado el 28 de agosto de 1945 por Roberto Noble quien fue años antes ministro de Gobierno en la provincia de Buenos Aires de Manuel A. Fresco (1936-1939). El matutino tuvo como particularidad el ser uno de los primeros diarios del mundo en incluir un diseño más compacto (tabloide) en lugar del típico diseño «sábana» que usaban los diarios de ese entonces.

El diario supo mirar con cierto recelo el advenimiento del gobierno peronista, frente al que se mostró más contemporizador luego de la intervención de la prensa. Entre la posición crítica de *La Prensa* y el halago permanente de los diarios oficialistas, *Clarín* se fue ubicando como medio independiente, lo cual no era fácil para nadie –y menos para un medio de prensa

pero, según el periodista Julio Ramos lo favorecía la circunstancia de que a diferencia de otros medios de prensa tomados por el gobierno como *La Prensa* y Editorial Haynes, carecía de patrimonio: no tenía planta impresora propia y funcionaba en oficinas alquiladas.

El medio de comunicación se caracteriza en su línea editorial por un tratamiento austero de los temas relacionados con la realidad nacional y por privilegiar tópicos económicos. La mitad de los editoriales publicados se refieren a la economía, y los restantes se ocuparon alternativamente del poder judicial, del desempeño del sindicalismo, de la situación del periodismo frente a la violencia y del rol de la oposición.

A continuación se presentan resultados:

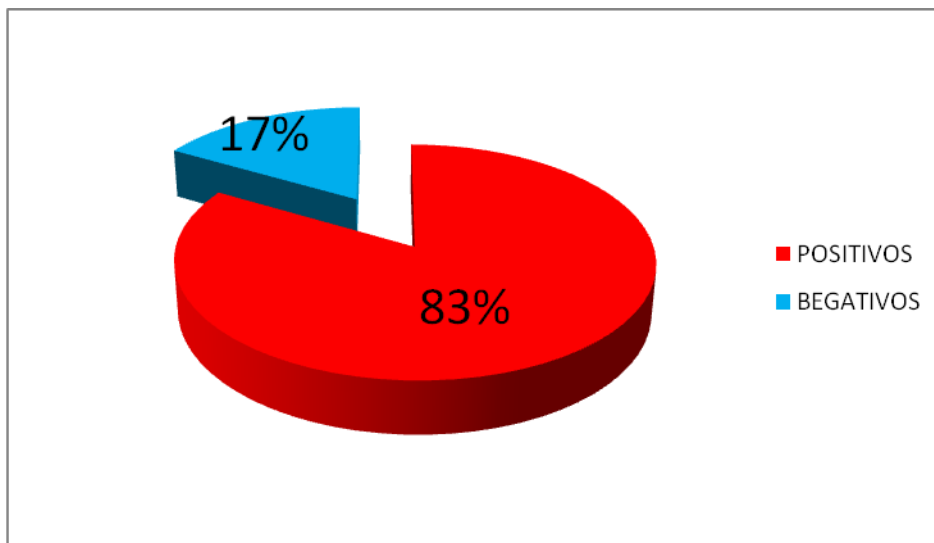
3.2 Presentación de cuadros estadísticos:

DE FECHA 16 DE ABRIL DEL 2012

Tabla 1 Según tratamiento de los contenidos

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
POSITIVOS	25	17.00 %
NEGATIVOS	5	83.00%
TOTAL	30	100.00%

Gráfico 1 Tratamiento de los contenidos



Fuente: elaboración propia

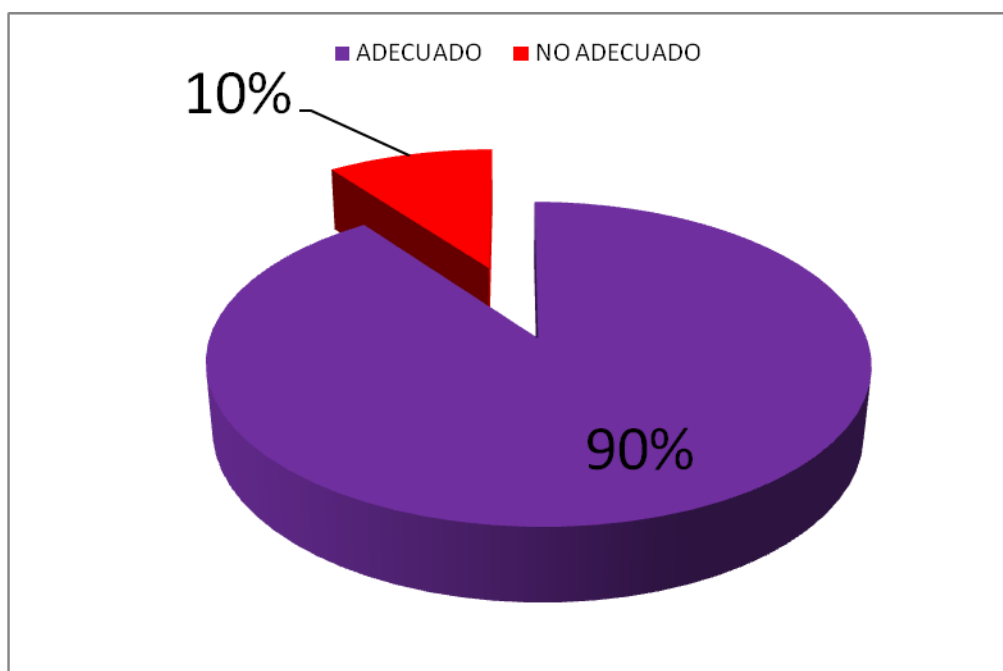
En el gráfico No. 1, sobre tratamiento de los contenidos se observa un alto nivel destacan los aspectos positivos hecho que representa el 83%, mientras el 17% son aspectos negativos. Consecuentemente, tomados los 25 titulares de noticias expresan en forma absoluta la manera de contar la información, frente a 5 hechos negativos.

DE FECHA 16 DE ABRIL DEL 2012

Tabla 2 Enfoque narrativo adecuado

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ADECUADO	27	90.00 %
NO ADECUADO	3	10.00%
TOTAL	30	100.00%

Gráfico 2 Enfoque



Fuente: elaboración propia

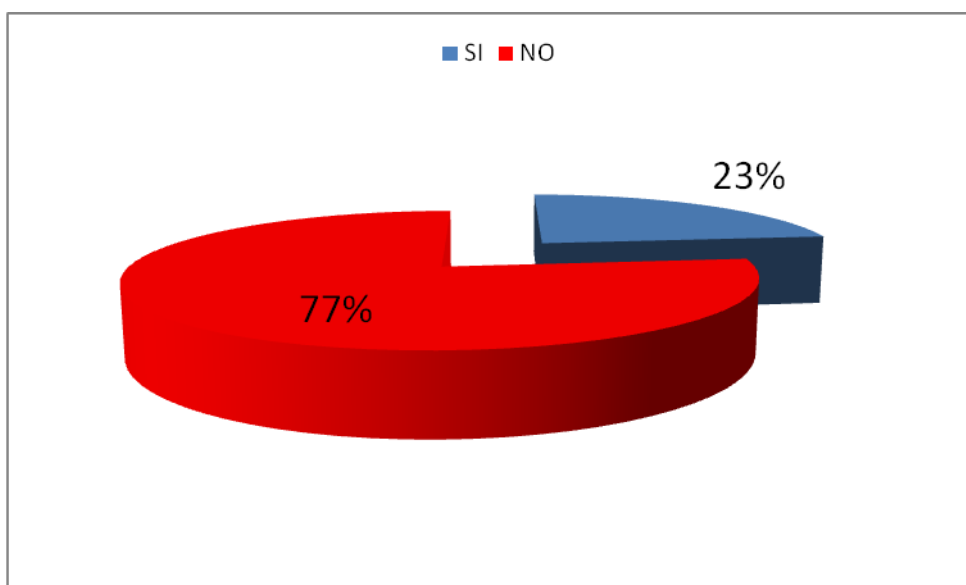
El gráfico 2, trata sobre el enfoque narrativo adecuado, cuyos resultados son: el 90% adecuado y el 10% no adecuado; un alto nivel de enfoque es acertado de los hechos noticiosos periodísticos que produce el medio de comunicación social.

CON FECHA 24 DE ABRIL DEL 2012

Tabla 3 Desequilibrio informativo

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	23.00 %
NO	20	77.00%
TOTAL	26	100.00%

Gráfico 3 Propaganda



Fuente: elaboración propia

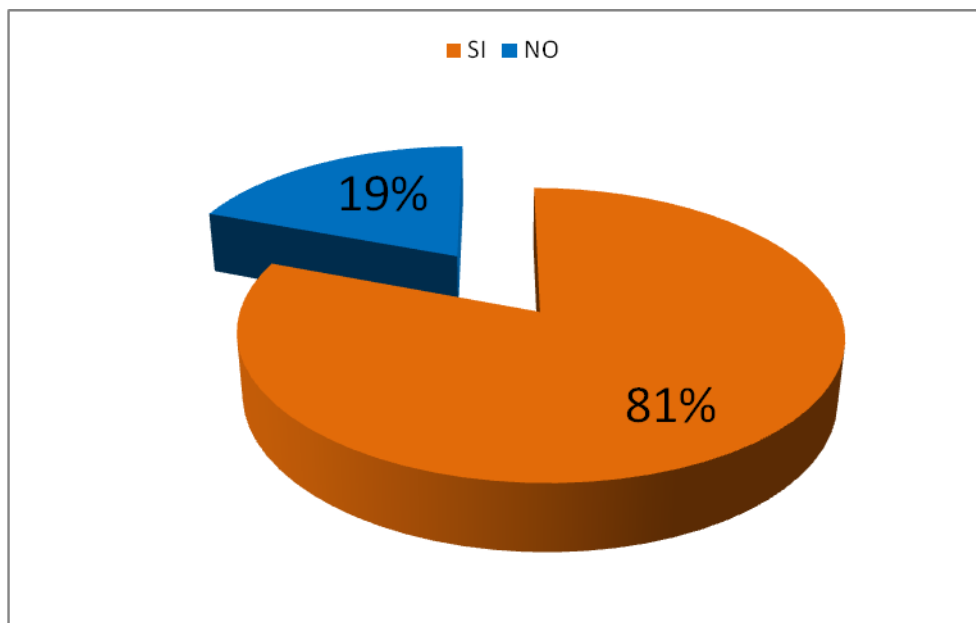
El gráfico 3, sobre desequilibrio informativo “información que oculta publicidad”. En relación al aspecto propaganda de los 20 titulares noticiosos representa el 77% significa la no existencia de publicidad en la noticia, mientras 6 titulares representa el 23% significa si contiene publicidad la noticia, ejemplo el titular: “El Canciller de Uruguay Luis Almagro afirmo hoy que las negociaciones comerciales entre Mercosur y la Unión Europea sonbajo el esquema de 4 +1”.

CON FECHA 02 DE MAYO DEL 2012

Tabla 4 Noticia que transmite valores

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	22	81.00 %
NO	6	19.00%
TOTAL	28	100.00%

Gráfico 4Valores



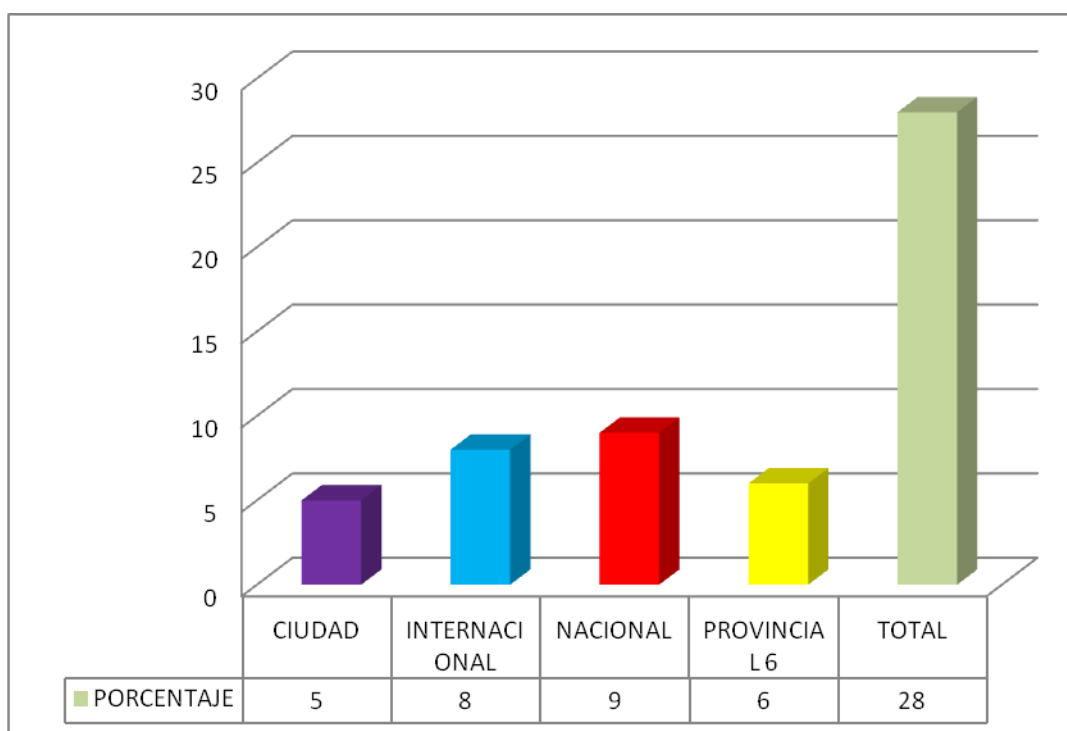
Fuente: elaboración propia

El gráfico No. 4, sobre valores ¿es una noticia que transmite valores? de los 22 titulares representa el 81% significa la transmisión afirmativa de valores entre ellos: libertad, justicia, respeto, tolerancia, responsabilidad, amor, bondad, honradez, confianza, solidaridad, valentía, paz y honor en los aspectos noticiosos, frente al 19% tomado de 6 noticias, que indudablemente representa un resultado negativo.

Tabla 5 Procedencia de la noticia

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CIUDAD	5	17.85 %
PROVINCIAL	6	21.42%
NACIONAL	9	32.14 %
INTERNACIONAL	8	28.57%
TOTAL	28	100.00%

Gráfico 5 Procedencia



Fuente: elaboración propia

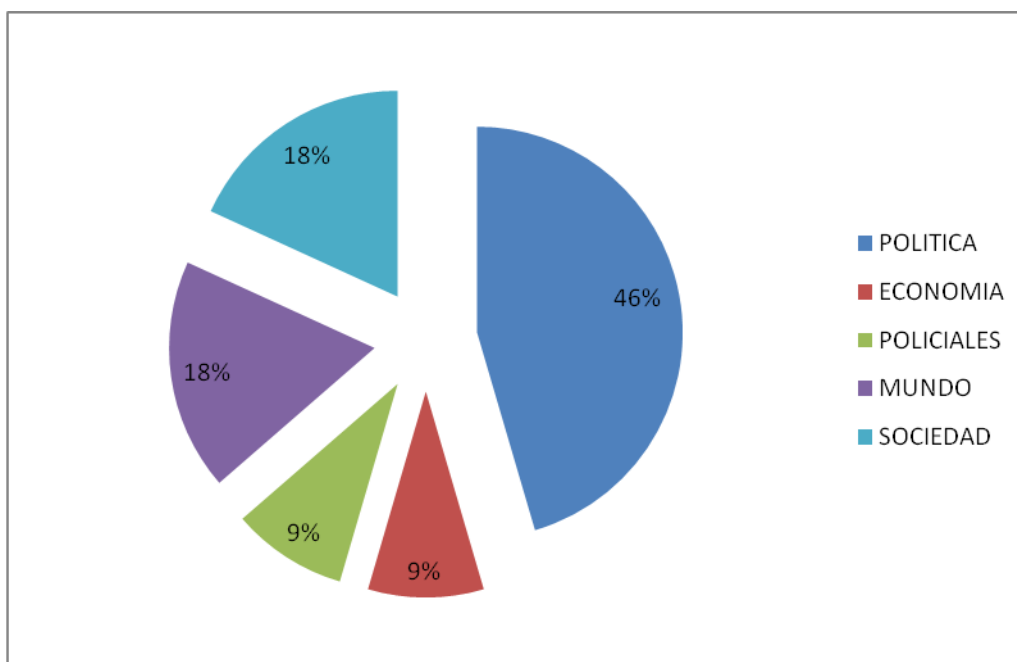
El gráfico 5, destaca la procedencia de la noticia, desde el punto de vista se considera relevante dado la magnitud en importancia del medio de comunicación social en América Latina y el mundo entre las que se destaca lo siguiente: de 9 titulares representa 32,14% la noticia tiene procedencia nacional, de 8 titulares tomados representa el 28% son internacionales, constituyéndose en publicaciones de más alto nivel de cobertura noticiosa; mientras el 17,85% la noticia procede de la ciudad y, el 21,42% son provinciales.

CON FECHA 10 DE MAYO DEL 2012

Tabla 6 Noticias según los temas

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
POLITICA	5	46.00 %
ECONOMIA	1	9.00%
POLICIALES	1	9.00 %
MUNDO	2	18.00%
SOCIEDAD	2	18.00%
TOTAL	11	100.00%

Gráfico 6 Temas



Fuente: elaboración propia

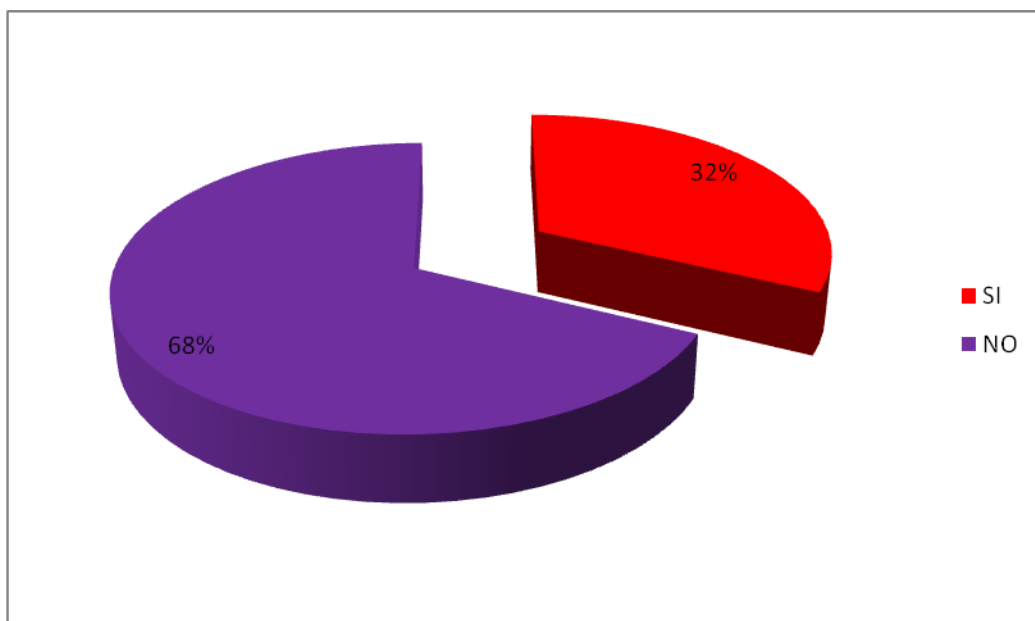
El gráfico No. 6, hace referencia al apartado identificación tema de la noticia, la magnitud porcentual se distribuye así: política que representa el 46%, mientras mundo y sociedad alcanzan el 18%, como también economía y policiales el 9% cada una.

DE FECHA 10 DE MAYO DEL 2012

Tabla 7 Fuentes utilizadas

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	32.00 %
NO	19	68.00%
TOTAL	28	100.00%

Gráfico 7 Fuentes



Fuente: elaboración propia

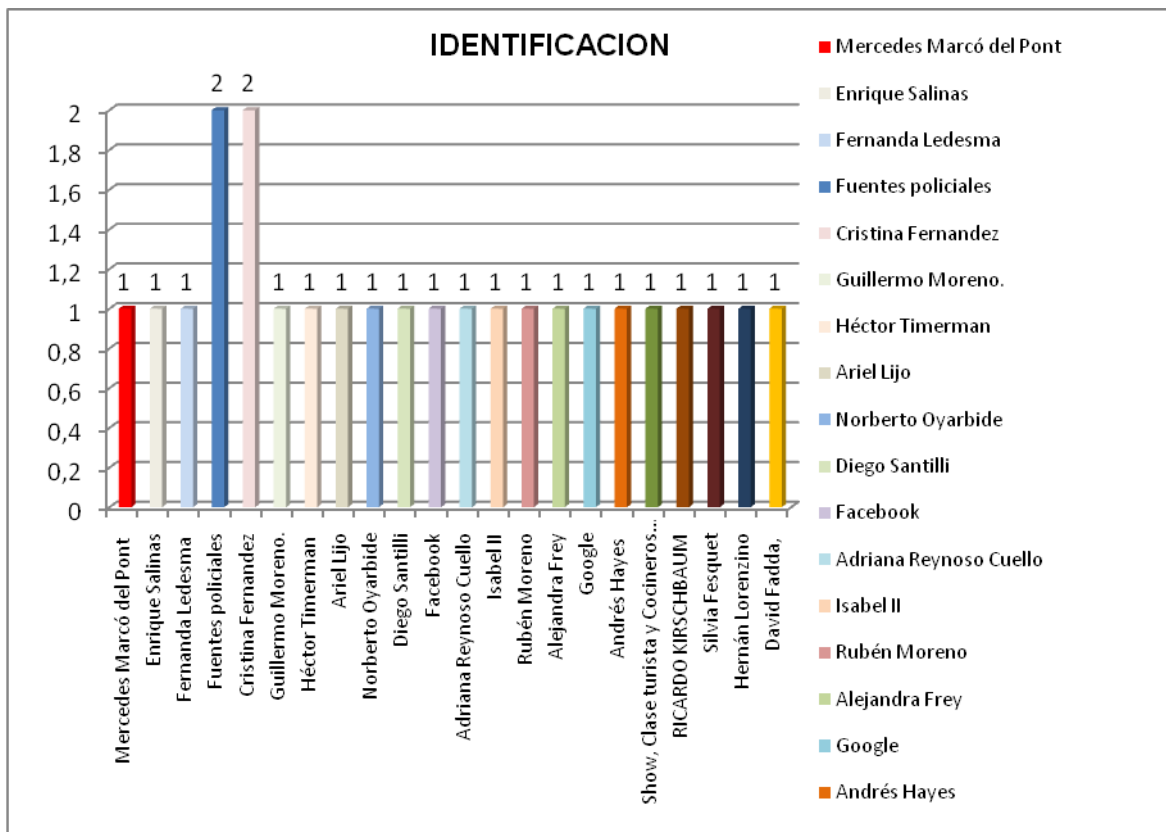
El gráfico 7, naturaleza de las fuentes y los protagonistas hace referencia a ¿se utilizan fuentes? de los 19 titulares noticiosos el 68% no y de los 9 el 32% si incluye a la persona o grupo de personas que proporcionaron la información para el desarrollo de la noticia.

Sustancialmente, el medio de comunicación El Clarín mantiene en reserva las fuentes, aspecto que obviamente es una señal positiva de alto nivel de credibilidad en la proporción informativa del medio, que desde el punto de vista legal ampara los derechos de reserva a la fuente.

DE FECHA 18 DE MAYO DEL 2012

POR IDENTIFICACION DE PROTAGONISTAS

Gráfico 8 Identificación



Fuente: elaboración propia

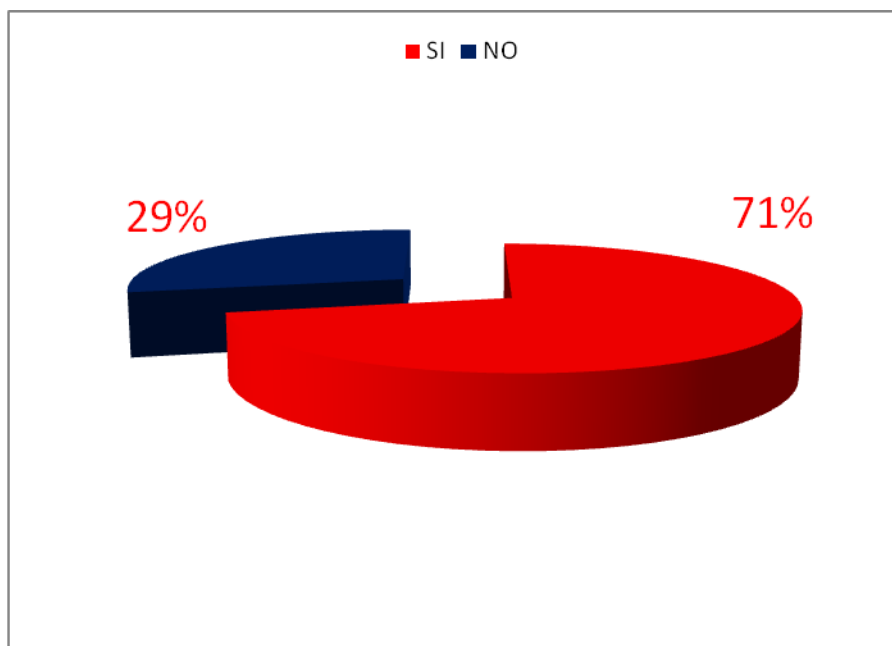
El gráfico 8, trata sobre el apartado formula de identificación de los protagonistas de la información, tomada la publicación del viernes 18 de mayo del 2012, Cristina Fernández con el 20%, la Presidente de Argentina y fuentes policiales con el 20% que no tienen plena identificación personal, pero que marca la imagen institucional, son los protagonistas con mayor relevancia que guardan alto nivel de identificación, mientras el resto el porcentaje es mínimo.

CON FECHA 18 DE MAYO DEL 2012

Tabla 8 Según la estructura de noticias: temas del día

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	20	71.00 %
NO	8	29.00%
TOTAL	28	100.00%

Gráfico 9 Temas del día



Fuente: elaboración propia

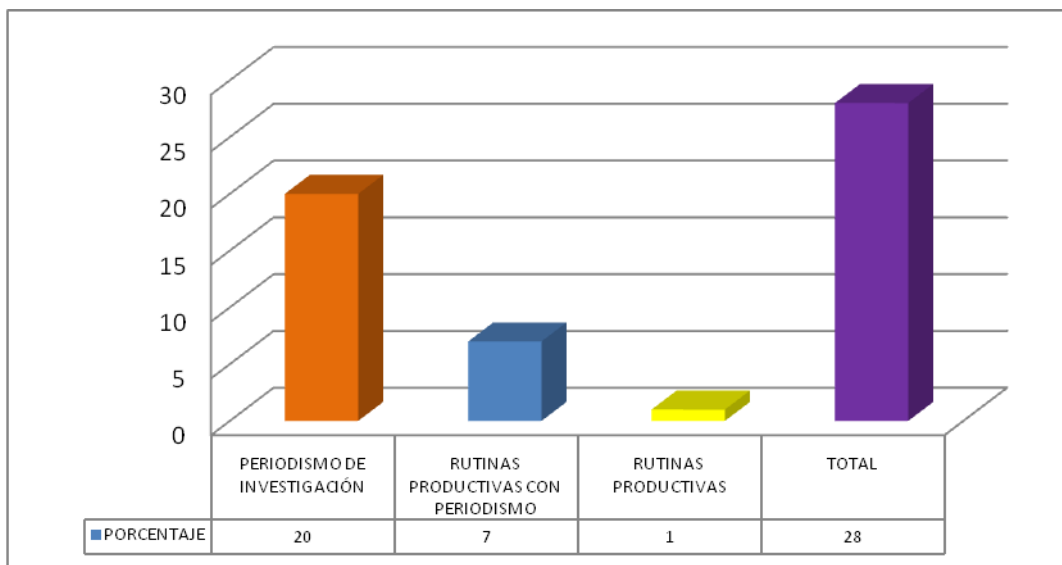
El gráfico No. 8 trata sobre el apartado estructura de la información y formato de las noticias hace referencia a tema del día; de los 28 titulares noticiosos tomados en la publicación del 18 de mayo del 2012, un alto nivel de temas son importantes; representa el 71% si, mientras el 29% no. La trascendencia de este hecho se produce dado el guion con que maneja el medio que propicia un alto ranquin de acogida a nivel mundial

CON FECHA 18 DE MAYO DEL 2012

Tabla 9 Origen de la información: según noticia de resultado

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN	20	71.42 %
RUTINAS PRODUCTIVAS CON PERIODISMO	7	25.00%
RUTINAS PRODUCTIVAS	1	3.57%
TOTAL	28	100.00%

Gráfico 10Noticia de resultado



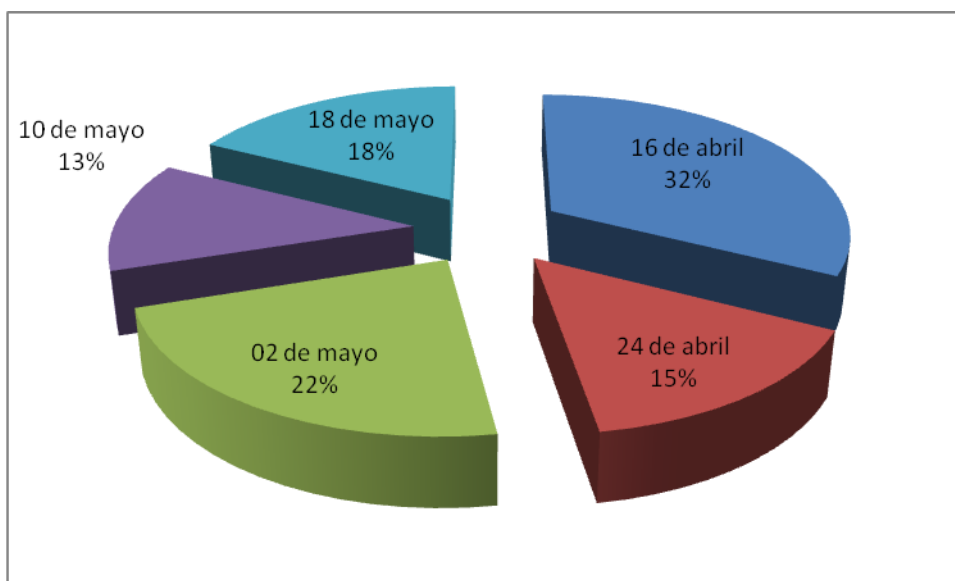
Fuente: elaboración propia

El gráfico 10, trata sobre el apartado origen de la información, según noticia de resultado, de los 28 titulares noticiosos tomados de la publicación de la semana correspondiente al 18 de mayo del 2012, el índice estadístico proporciona, el 71,42% periodismo de investigación, demuestra un alto nivel periodístico profesional, con relevancia a la calidad informativa; mientras el 25% rutinas productivas son prácticas adquiridas -consciente e inconscientemente- en el contexto productivo de los medios, el 3,57% es una mezcla de las dos anteriores, aunque en la práctica se da muy poco.

Tabla 10 Consolidado sobre identificación de la información en relación a la sección temática política

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
16 de abril del 2012	13	32.00 %
24 de abril del 2012	6	15.00%
02 de mayo del 2012	9	22.00 %
10 de mayo del 2012	5	13.00%
18 de mayo del 2012	7	18.00 %
TOTAL	40	100.00%

Gráfico 11 Identificación



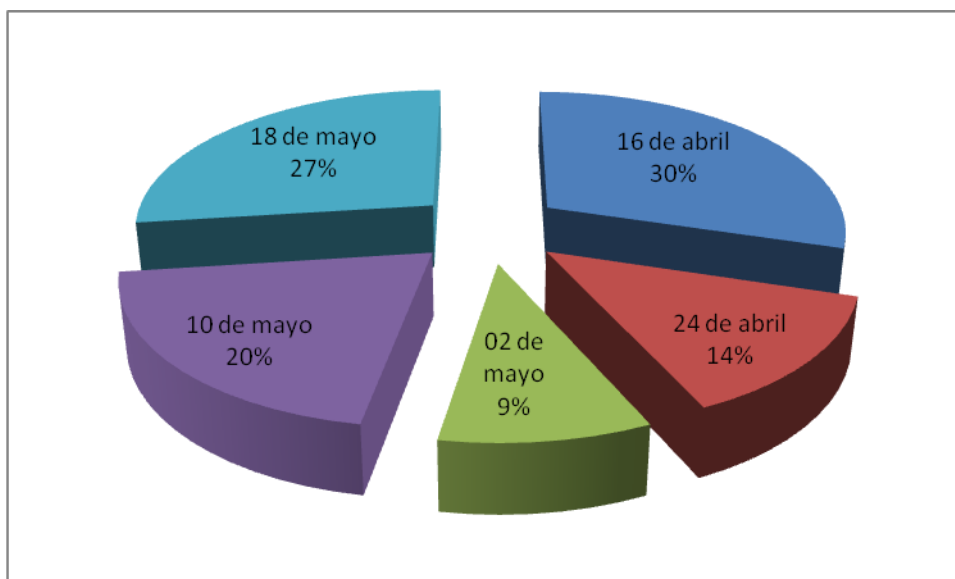
Fuente: elaboración propia

El gráfico No. 11, hace referencia al consolidado sobre identificación de la información a la sección temática política, la magnitud porcentual se distribuye así: el 24 de abril, 10 de mayo y 18 de mayo representan el 15%, 13%, 18% respectivamente; mientras el 16 abril es la fecha con un alto índice que representa el 32% seguido del 02 de mayo del 2012 con el 22%.

Tabla 11 Consolidado sobre origen de la información en relación a la noticia resultado

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
16 de abril del 2012	22	30.00 %
24 de abril del 2012	10	14.00%
02 de mayo del 2012	7	9.00 %
10 de mayo del 2012	15	20.00%
18 de mayo del 2012	20	27.00 %
TOTAL	74	100.00%

Gráfico 12 Origen de la información



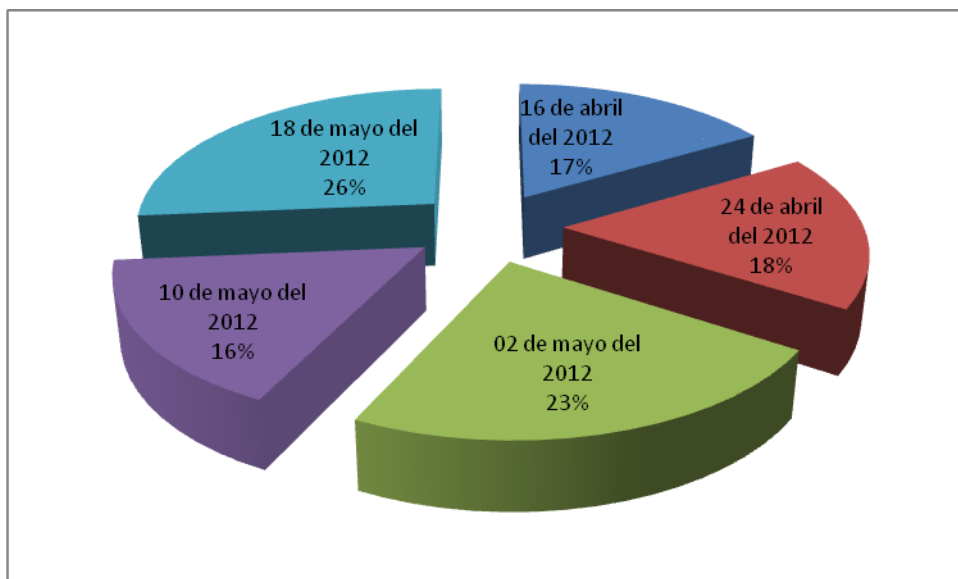
Fuente: elaboración propia

El gráfico No. 12, hace referencia al consolidado sobre origen de la información en relación a la noticia resultado cuyos porcentajes se distribuyen así: el 24 de abril y 02 de mayo representan un bajo nivel con el 14% y 9%; mientras el 16 abril es la fecha con un alto índice que representa el 30% seguido del 18 de mayo con el 27% y 02 de mayo del 2012 con el 20%.

Tabla 12 Consolidado sobre naturaleza de las fuentes y protagonistas en relación a si se utilizan fuentes

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
16 de abril del 2012	15	16.48 %
24 de abril del 2012	16	17.58%
02 de mayo del 2012	21	23.07 %
10 de mayo del 2012	15	16.48%
18 de mayo del 2012	24	26.37 %
TOTAL	91	100.00%

Gráfico 13 Naturaleza de las fuentes y protagonistas



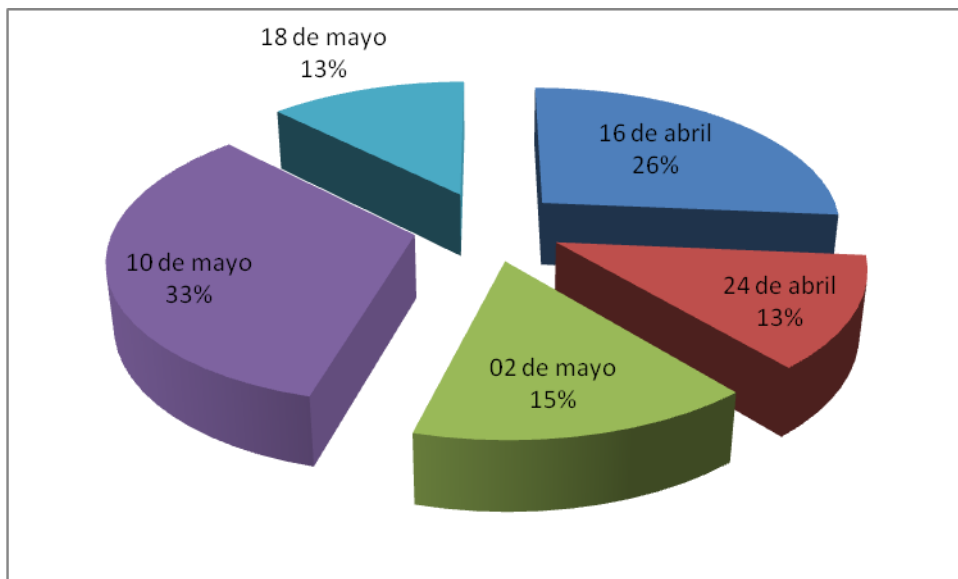
Fuente: elaboración propia

El gráfico No. 13, hace referencia al consolidado sobre naturaleza de las fuentes y protagonistas en relación a si se utilizan fuentes, la magnitud porcentual se distribuye así: el 16 de abril, 24 de abril, 10 de mayo representan el 17%, 18%, 16% respectivamente; mientras el 18 de mayo es la fecha con un alto nivel que representa el 26% seguido del 02 de mayo del 2012 con el 23%.

Tabla 13 Consolidado sobre fórmula de identificación de los protagonistas

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
16 de abril del 2012	19	26.00 %
24 de abril del 2012	9	13.00%
02 de mayo del 2012	11	15.00 %
10 de mayo del 2012	24	33.00%
18 de mayo del 2012	9	13.00 %
TOTAL	72	100.00%

Gráfico 14 Identificación de los protagonistas



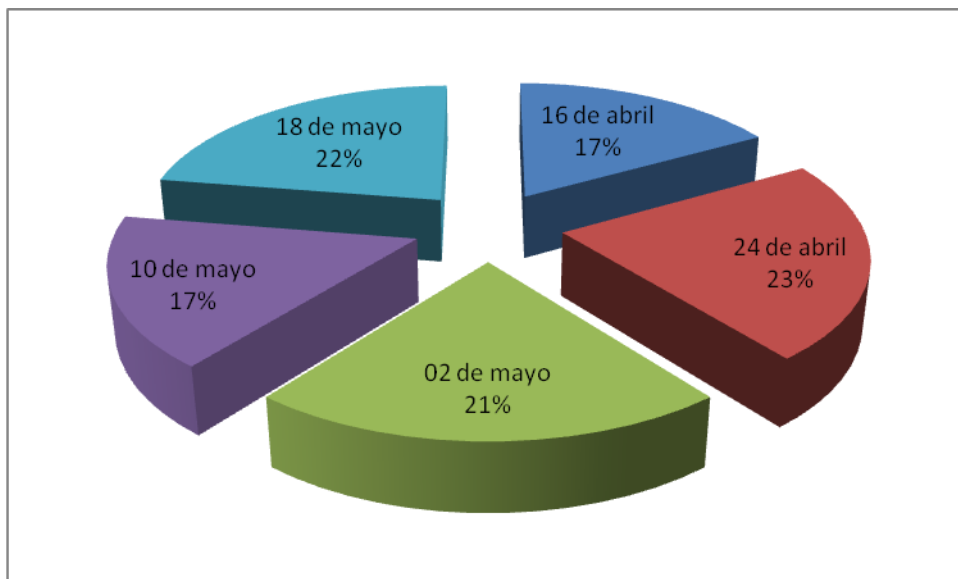
Fuente: elaboración propia

El gráfico No. 14, hace referencia al consolidado sobre fórmula de identificación de los protagonistas, el índice estadístico se distribuye así: el 24 de abril, 02 de mayo y 18 de mayo representan el 13%, 15%, 13% respectivamente; mientras el 10 de mayo es la fecha con un alto nivel que representa el 33% seguido del 16 de abril del 2012 con el 26%.

Tabla 14 Consolidado sobre estructura de la información y formato de la noticia

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
16 de abril del 2012	15	17.00 %
24 de abril del 2012	20	23.00%
02 de mayo del 2012	19	21.00 %
10 de mayo del 2012	15	17.00%
18 de mayo del 2012	20	22.00 %
TOTAL	89	100.00%

Gráfico 15 Estructura de la noticia



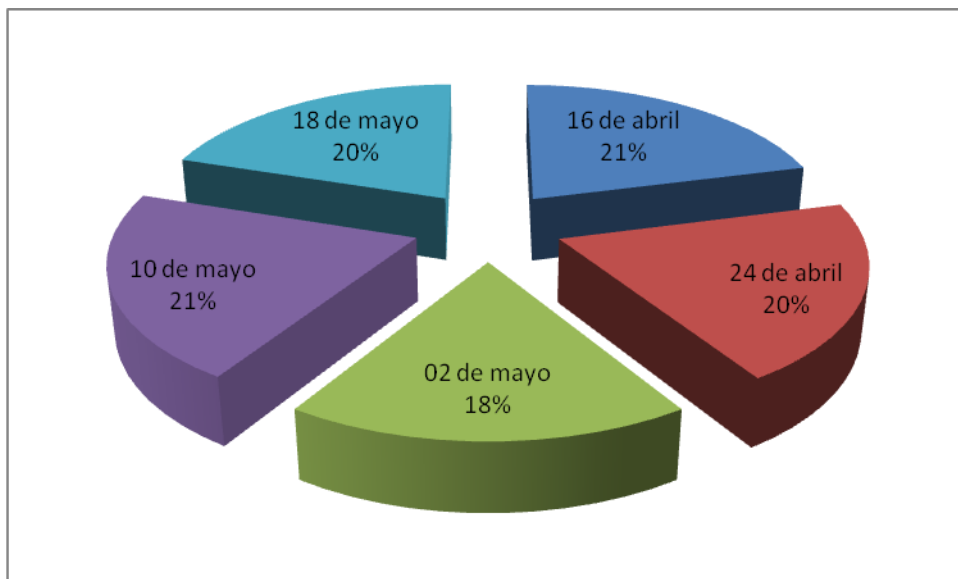
Fuente: elaboración propia

El gráfico No. 15, hace referencia al consolidado sobre estructura de la información y formato de la noticia, la magnitud porcentual se distribuye así: el 16 de abril, 10 de mayo representan el 17% las dos fechas que significa una similitud en la publicación; mientras el 23% es el más alto nivel que representa a las fechas 24 de abril y 18 de mayo; seguido del 02 de mayo del 2012 con el 21%.

Tabla 15 Consolidado sobre tratamiento de contenidos

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
16 de abril del 2012	21	21.00 %
24 de abril del 2012	20	20.00%
02 de mayo del 2012	18	18.00 %
10 de mayo del 2012	21	21.00%
18 de mayo del 2012	20	20.00 %
TOTAL	100	100.00%

Gráfico 16 Tratamiento de contenidos



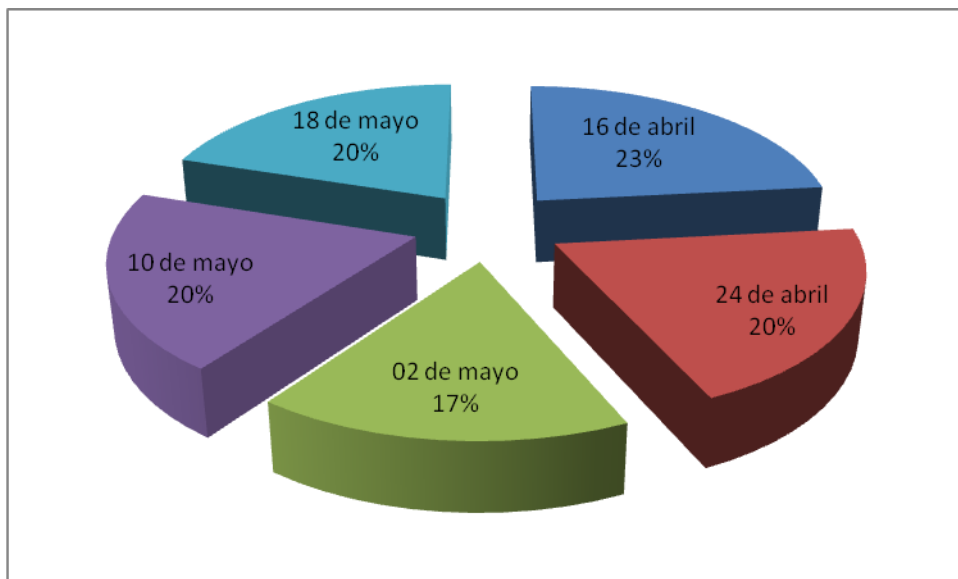
Fuente: elaboración propia

El gráfico No. 16, hace referencia al consolidado sobre tratamiento de contenidos, la magnitud porcentual se distribuye así: el 16 de abril 21%, 24 de abril el 20%, 02 de mayo el 18%, 10 de mayo el 21% y 18 de mayo del 2012 el 20%; lo que evidentemente demuestra un nivel de igualdad de tratamiento de los contenidos informativos en todas las fechas que se publica cada una de las ediciones del Diario El Clarín.

Tabla 16 Consolidado sobre enfoque

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
16 de abril del 2012	28	23.00 %
24 de abril del 2012	24	20.00%
02 de mayo del 2012	20	17.00 %
10 de mayo del 2012	24	20.00%
18 de mayo del 2012	24	20.00 %
TOTAL	120	100.00%

Gráfico 17 Enfoque



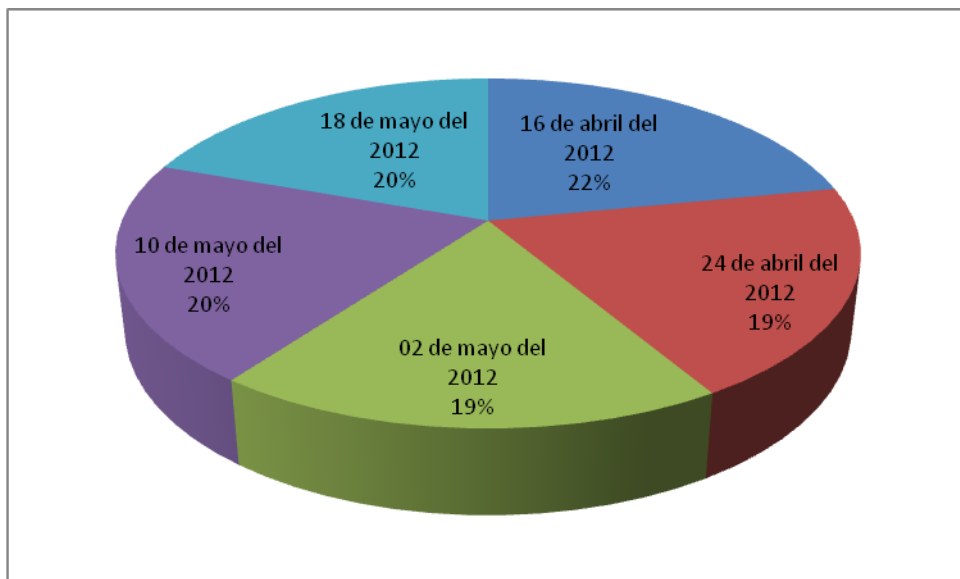
Fuente: elaboración propia

El gráfico No. 17, hace referencia al consolidado sobre enfoque, la magnitud porcentual se distribuye así: el 02 de mayo con el 17% guarda un bajo nivel en relación al 24 de abril, 10 de mayo y 18 de mayo que guardan una similitud con el 20% cada una de las fechas; mientras el 23% representa un alto nivel que corresponde al 16 de abril del 2012.

Tabla 17 Consolidado sobre desequilibrios informativos

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
16 de abril del 2012	28	21.87 %
24 de abril del 2012	25	19.53%
02 de mayo del 2012	24	18.75 %
10 de mayo del 2012	26	20.31%
18 de mayo del 2012	25	19.53 %
TOTAL	128	100.00%

Gráfico 18 Desequilibrios informativos



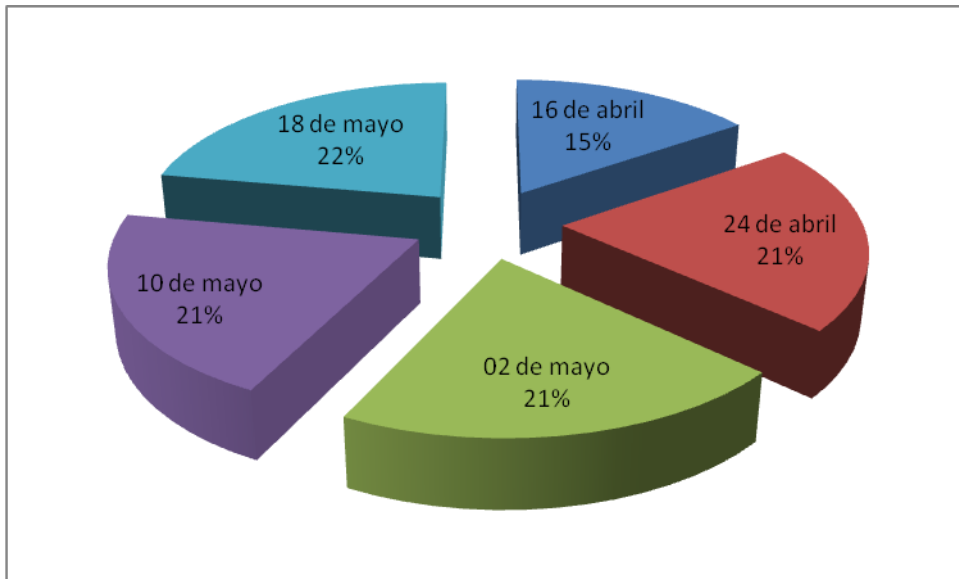
Fuente: elaboración propia

El gráfico No. 18, hace referencia al consolidado sobre desequilibrios informativos, el índice estadístico se distribuye de la siguiente manera: el 24 de abril, y 02 de mayo representan el 19% respectivamente; mientras el 10 de mayo, 18 de mayo con el 20%; mientras una ligera ventaja porcentual consolida al 16 de abril del 2012 con el 22%.

Tabla 18 Consolidado sobre valores

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
16 de abril del 2012	18	15.00 %
24 de abril del 2012	25	21.00%
02 de mayo del 2012	24	21.00 %
10 de mayo del 2012	24	21.00%
18 de mayo del 2012	26	22.00 %
TOTAL	127	100.00%

Gráfico 19 Valores



Fuente: elaboración propia

El gráfico No. 19, hace referencia al consolidado sobrevalores, el índice estadístico se distribuye de la siguiente manera: con una bajo nivel se ubica la fecha 16 de abril que representa el 15%; mientras las fechas del 24 de abril, 02 de mayo y, 10 de mayo, representan el 21% y, el 18 de mayo del 2012 con el 22%. En síntesis el índice demuestra la importancia al parámetro de los valores que la empresa informativa proporciona en cada una de las ediciones que publica.

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS INDIVIDUAL DE RESULTADOS

4.1 Del medio de comunicación asignado en sus nueve apartados:

Publicación 16 de abril

1.- Identificación

En este apartado se puede destacar básicamente que de los 28 titulares las temáticas periodísticas se dividen así: política 13, mundo 4, sociedad 4, policiales 2, mercados 1, crisis 1, internet 1, sociedad 1 y economía 1. En consecuencia, un alto nivel de publicaciones tienen orden político, dado el momento que vivía Argentina por la expropiación de empresa petrolera YPF por parte del Gobierno nacional; este hecho influye tanto en la publicación de noticias porque es la primera vez que un consorcio privado petrolero de esta naturaleza es intervenido y toma el control el estado de la República de Argentina, que para la mayoría de ciudadanos argentinos era como liberarse de un azote colonial de su propia riqueza.

2.- Origen de la información

El apartado No. 2, evidencia de donde procede la noticia revisada la ficha arroja los siguiente datos: organismo público 23, organismo privado 3, ONGs 1 y, sindicato 1.

Da la pauta que la mayoría de la información se produce de los organismos públicos de la semana correspondiente al 16 de abril, se origina del sector público dado el momento político que vive la República de Argentina.

3.- Naturaleza de las fuentes y los protagonistas

El apartado 3, sobre si se utilizan fuentes, proporciona los siguientes datos: 15 si, mientras 13 no. En consecuencia la utilización de fuentes es un aspecto importante que el periodista de forma adecuada utiliza para la publicación de la noticia. Si bien el índice estadístico

demuestra un porcentaje equilibrado; tratando específicamente en las notas que no publiquen la fuente, cabe aclarar que la noticia no deja de tener su importancia, más bien es un derecho a la reserva de la fuente que el periodista utiliza en la publicación de las noticias.

4.- Fórmula de identificación de los protagonistas

El apartado 4, proporciona la siguiente información sobre el cargo que ocupan: Presidente 7, médico 3, secretaria 3, juez 2, delegado 2, ministro 2, especialista 1, Sumo Pontífice 1, senador 1, el resto son voceros que representan a la autoridad. Además, para informar utiliza el método directo con 19 manifiestos, mientras 11 lo hacen indirectamente.

Vale destacar, que la mayoría de protagonistas de las noticias pertenecen al tema: política, seguidamente está policiales, sociedad, mundo y ciudades.

5.- Estructura de noticias

El apartado 5, expresa que de los 28 titulares de la semana que corresponde al 16 de abril 2012, 24 publicaciones son temas del día; así también 15 noticias son clásicas. Esto demuestra la seriedad con que se maneja el medio hacia sus lectores, es decir que la noticia se estructura con presentación, cuerpo y cierre.

6.- Tratamiento de los contenidos

Dentro del apartado 6, evidencia un alto nivel destacando aspectos positivos hecho que representa el 83%, mientras el 17% aspectos negativos. Consecuentemente, tomados los 28 titulares de noticias en el tratamiento de los contenidos se expresa en forma clara la manera de contar la información, frente a 5 hechos negativos; aspecto que desde el punto de vista del campo periodístico profesional representa un parámetro favorable en cuanto a la calidad del producto informativo.

7.- Enfoque

El enfoque en su mayoría utiliza el estilo narrativo que significa el adecuado, representa el 90%, entre los aspectos que refleja la calidad esta la redacción, la claridad, objetividad y mensaje, demuestra un alto nivel de acierto al presentar los hechos noticiosos desde todos los puntos de vista periodísticos a la par con la forma de aceptar por parte de los lectores,

que como es obvio juegan un rol trascendental con su crítica al medio de comunicación social, aspecto que nutre a fin de mejorar el producto comunicacional.

8.- Desequilibrio informativo

El apartado 8, de los 28 titulares publicados durante la semana correspondiente al 16 de abril del 2012, en relación a desequilibrio informativo sobre si existe separación entre información y opinión, representa el 100% que se evidencia claramente lo que es información y lo que es opinión en el texto periodístico.

Las publicaciones juegan un rol esencialmente informativo mientras que la línea editorial y opinión tiene su propio parámetro, aspecto que refleja credibilidad del medio informativo.

9.- Valores.

El apartado 9, trata sobre valores en relación es una noticia que transmite valores, el resultado de las publicaciones, los 28 titulares que representan el 100% si transmiten valores específicamente de libertad, justicia, honor, respeto, solidaridad y amor; es decir el medio juega un papel fundamental frente a sus lectores, formando en esta línea a las generaciones.

Publicación 24 de abril

1.- Identificación

El apartado 1, enfatiza básicamente que de los 26 titulares publicados durante la semana correspondiente al 24 de abril del 2012, la noticia destacada en titulares en la portada del medio representa 5, es decir que son los titulares de mayor proporción y relevancia; mientras los 21 titulares por el hecho de no constar en las primeras planas del medio, jamás dejan de constituirse en notas importantes especialmente para los lectores; más bien este aspecto cumple un formato de orden técnico del medio informativo.

2.- Origen de la información

El apartado No. 2, trata sobre el origen de la información en relación a la noticia resultado de, cuyos datos de la ficha aplicada proporciona lo siguiente: 13 titulares corresponden a periodismo de investigación, significa la existencia de un trabajo periodístico de profundidad y calidad; 6 titulares pertenecen a rutinas productivas logradas por prácticas adquiridas - consciente e inconscientemente- en el contexto productivo del medio; mientras 7 titulares son producto de agencias que cumplen este papel específicamente.

En síntesis el medio hace uso de las herramientas técnicas de la investigación para proceder a elaborar las noticias, aspecto positivo que genera imagen hacia los usuarios del medio.

3.- Naturaleza de las fuentes y los protagonistas

El apartado 3 sobre naturaleza de las fuentes y los protagonistas en relación ¿Las fuentes están contrastadas?, los datos estadísticos proporcionan que 15 no, mientras 11 si, significa la existencia positiva de contrastación de las fuentes.

El medio informativo desempeña un valor agregado importante mediante la contrastación de las fuentes; es decir que sale de la rutina mediática del conformarse con recoger la noticia, redactarla y publicarla.

4.- Fórmula de identificación de los protagonistas

El apartado 4, sobre fórmula de identificación de los protagonistas hace referencia al estilo directo, cuyos datos de la ficha aplicada proporciona la siguiente información 8 estilo directo, 18 estilo indirecto.

Los datos demuestran un alto nivel el contenido de la cita se canaliza a través de lo que cuenta el periodista del medio, mientras la declaración textual de los protagonistas lo hacen a través de entrevistas, ruedas de prensa etc.

5.- Estructura de noticias

El apartado 5, trata sobre la estructura de noticias, cuyos datos recabados de la ficha en relación noticia de foco múltiple son 7, mientras noticia con sujeto múltiple son 19.

Esto refleja que las noticias elaboradas en alto nivel se producen de manera variada, con la intervención de varios sujetos, aspecto que en la línea de trabajo del medio cumple con los requisitos funcionales estructural para la obtención de la información.

6.- Tratamiento de los contenidos

El apartado 6, sobre tratamiento de los contenidos en relación a ¿La información está firmada?, se presenta el siguiente cuadro estadístico que representa 16 si, mientras 10 no.

Significa en mayor porcentaje que la noticia elaborada tiene identificación de manera clara, en la que se suscribe el nombre del autor de la noticia con su correspondiente firma de responsabilidad.

7.- Enfoque

El enfoque proporciona los siguientes datos: crítico 13, exposición neutro 6, negativo 3, positivo 3 y humanizante 1.

Un alto porcentaje de enfoque de la noticia es crítico porque presenta el criterio de quien escribe la nota; mientras expositivo-neutro-descriptivo permite declarar neutralidad, es decir se presenta el hecho desde todos los puntos de vista, aspecto que para un medio como El Clarín de Buenos Aires es importante poseer una línea periodística de esta naturaleza.

8.- Desequilibrio informativo

En cuanto al desequilibrio informativo se toma como referencia el uso de propaganda, de los 26 titulares noticiosos representa el 100% significa la no existencia de publicidad en la noticia.

Claramente, el medio de comunicación, demuestra la ética profesional, es decir entre lo que es información periodística y lo que es publicidad en el texto noticioso; aspecto que muchos medios ocultan publicidad en los contenidos periodísticos, para obtener lucros de orden económicos desde luego cuando se trata de escenarios políticos que inciden en la voluntad de respaldos que a la postre se convierten recaderos para determinados sistemas políticos, que con el pasar del tiempo pierden lo máspreciado de un medio como es la credibilidad.

9.- Valores.

El apartado 9, trata sobre valores en relación ¿si existe transmisión de valores?, los resultados determinan 17 si y 9 no.

Esto manifiesta que el medio proporciona mucha importancia a los valores en la que se destacan: justicia, libertad, solidaridad, responsabilidad, bondad, tolerancia y respeto; aspecto importante para formación de la cultura de valores en la ciudadanía.

Publicación 02 de mayo

1.- Identificación

El apartado 1, de los 28 titulares noticiosos tomados sobre identificación hace referencia a la temática de la publicación. Entre la de mayor incidencia es la política que representa el 46%, mientras mundo y sociedad alcanzan el 18%, como también economía y policiales el 9% cada una.

En consecuencia, la temática de orden político alcanza mayor notoriedad, ya que los momentos políticos que vive la República de Argentina hace que se publiquen noticias cuyos titulares son el reflejo de la realidad política, social y económica de aquella nación.

2.- Origen de la información

El apartado No. 2, trata el origen de la información en relación a la noticia resultado de, los datos obtenidos de la ficha aplicada proporciona lo siguiente: 7 titulares corresponden a periodismo de investigación, 3 titulares pertenecen a rutinas productivas; mientras 18 titulares son producto de agencias.

Un alto nivel de porcentaje el origen de la información proviene producto del trabajo periodístico de agencias, aspecto que según el formato de las reglas y normas de medios desempeñan a falta de la investigación periodística un papel fundamental en la elaboración de noticias.

3.- Naturaleza de las fuentes y los protagonistas

El apartado 3 sobre naturaleza de las fuentes y los protagonistas, hace referencia a ¿Prevalece la fuente en el titular?, cuyos datos reflejan lo siguiente: 20 si y, 8 no.

El índice estadístico, demuestra un alto porcentaje de que la fuente si está considerada dentro del título de la noticia, aspecto que nutre la transparencia del medio en la recolección, divulgación y evaluación de las publicaciones.

4.- Fórmula de identificación de los protagonistas

El apartado 4, trata de la fórmula de identificación de los protagonistas hace referencia al estilo directo, cuyos datos de la ficha aplicada proporciona la siguiente información 7 estilo directo, 21 estilo indirecto.

La estadística, refleja un alto porcentaje la fórmula de identificación de los protagonistas se hace mediante el estilo directo; es decir el contenido de la cita se canaliza a través de lo que cuenta el periodista del medio, mientras muy poco se hace haciendo uso del estilo indirecto, esto ya obedece a la planificación del medio para obtener la información periodística.

5.- Estructura de noticias

El apartado 5, trata de la estructura de noticias, cuyos datos recabados de la ficha aplicada en relación a noticia de foco múltiple son 8, mientras noticia con sujeto múltiple son 20.

La estadística demuestra que las noticias elaboradas en alto porcentaje se producen de manera variada, con la intervención de varios sujetos, factor que desde todo punto de vista es favorable para el medio informativo.

6.- Tratamiento de los contenidos

Dentro del apartado se evidencia un alto nivel destacan la narración de los hechos que representa 16 titulares, mientras 12 tienen narración clara. En consecuencia, el tratamiento de los contenidos utiliza durante la semana correspondiente al 2 de mayo del 2012, parámetros que obedecen específicamente al formato establecido por el medio informativo Diario El Clarín de Buenos Aires.

7.- Enfoque

El apartado en relación al enfoque sobre ¿Hay diferencia de enfoque con respecto a otros personajes o temas?, los datos proporcionados de la publicación son los siguientes: 9 si y, 19 no. La estadística configura que las noticias tienen connotaciones que enfocan de manera distinta otros personajes, como también los temas se caracterizan por distintos puntos de vista dentro de la misma información; aspecto que nutre la calidad informativa al servicio de los lectores.

8.- Desequilibrio informativo

En cuanto al desequilibrio informativo se toma como referencia ¿existen mensajes subliminales?, de los 9 titulares noticiosos representa el sí, mientras 19 no.

Claramente la existencia de mensajes subliminales, no persigue la compra de un producto sino el convencer sobre alguna teoría; es decir la información no oculta publicidad, más bien contribuye a generar aportes al contenido informativo.

9.- Valores.

El apartado 9, sobre valores establece lo siguiente estadística tomada de la ficha digital, de los 11 titulares noticiosos representa la transmisión positiva de valores en los contenidos noticiosos, frente 17 no,

Por lo tanto, el medio informativo que destaca su aporte de valores que transmite, entre ellos tenemos: libertad, justicia, respeto, tolerancia, responsabilidad, amor, bondad, honradez, confianza, solidaridad, valentía, paz y honor.

Publicación 10 de mayo

1.- Identificación

El apartado sobre identificación, se destaca la procedencia de la noticia que desde todo punto de vista se considera relevante dado la magnitud en importancia del medio de comunicación social en América Latina y el mundo entre las que se destaca lo siguiente: de 9 titulares representa 32,14% la noticia tiene procedencia nacional, de 8 titulares tomados representa el 28% son internacionales, constituyéndose en publicaciones de más alto nivel de cobertura noticiosa; mientras el 17,85% la noticia procede de la ciudad y, el 21,42% son provinciales.

Los titulares de procedencia nacional tienen dirección de la República de Argentina dado los candentes momentos políticos que vive este país por las últimas decisiones tomadas por la Presidente de esta nación, lo que genera expectativa y básicamente se juegan muchos asuntos políticos que inciden el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

2.- Origen de la información

El apartado 2, de los 28 titulares publicados sobre identificación hace referencia a la temática de la publicación. Entre la de mayor incidencia es la política que representa el 46%, mientras mundo y sociedad alcanzan el 18%, como también economía y policiales el 9% cada una.

En consecuencia, la temática de orden político alcanza mayor notoriedad, ya que los momentos políticos que vive la República de Argentina hace que se publiquen noticias cuyos titulares son el reflejo de la realidad política, social y económica de aquella nación.

3.- Naturaleza de las fuentes y los protagonistas

El apartado sobre naturaleza de las fuentes y los protagonistas, proporciona información que demuestra lo siguiente: fuentes directas representa 4, fuentes profesionales 2, fuentes gubernamentales 8 y, fuentes institucionales 14.

Como se refleja el tipo de fuente que tiene un alto nivel es o son fuentes institucionales, seguramente durante se da este producto porque facilitan la información a todos los medios por igual y son aquellas voceras de la entidad en la cual laboran; como también estructura del poder ya sea ejecutivo o legislativo tiene su trascendencia en lo que respecta a fuentes gubernamentales.

4.- Fórmula de identificación de los protagonistas

El apartado 4 proporciona la siguiente sobre la fórmula de identificación de los protagonistas, cuyos datos de la ficha aplicada proporciona la siguiente información 24 estilo directo, 4 estilo indirecto.

La estadística, refleja un alto porcentaje la fórmula de identificación de los protagonistas se hace mediante el estilo directo; es decir un alto porcentaje de producción se hace mediante declaración textual de los protagonistas.

5.- Estructura de noticias

El apartado 5, demuestra que de los 28 titulares noticiosos de la semana que corresponde al 10 de mayo 2012, 24 publicaciones son temas del día; 4 no.

La estadística expresa un alto porcentaje en lo que respecta a la estructura de noticias, las mismas que corresponden a temas del día, es decir es una información con tratamiento diferente porque se considera el acontecimiento más importante de la jornada, es un aspecto que marca la diferencia en relación a los parámetros estructurales.

6.- Tratamiento de los contenidos

Dentro del apartado se evidencia un alto nivel destacan los aspectos positivos hecho que representa 25 titulares noticiosos, mientras el 3 titulares representan aspectos negativos.

El tratamiento de los contenidos es altamente positivo; es decir el hecho contar la noticia o información se hace en forma absoluta, clara, objetiva, imparcial y transparente. Acción que transmite imagen y prestigio a la empresa o medio periodístico.

7.- Enfoque

El enfoque hace relación en un alto porcentaje al estilo narrativo que significa adecuado, representa 18 noticias, mientras situaciones posee 10 titulares.

Efectivamente el apartado enfoque demuestra un alto nivel el uso adecuado de los hechos noticiosos; así también el factor vinculación con elementos, circunstancias o situaciones, relaciona el hecho noticioso con aspectos favorables o negativos. El medio informativo, demuestra un comportamiento altamente técnico para publicar las noticias.

8.- Desequilibrio informativo

En cuanto al desequilibrio informativo se toma como referencia ¿existen mensajes subliminales?, del total de 28 noticias publicadas, 12 titulares noticiosos representa el sí, mientras 16 no.

Preponderantemente, la existencia de mensajes subliminales en el desequilibrio informativo no justifica la compra de un producto sino el convencer sobre alguna teoría de orden científico, cultural, empresarial, educativo; es decir la información no oculta publicidad sino que se maneja con las normas y reglas formuladas por el medio informativo.

9.- Valores.

El apartado 9, trata de los valores, el índice estadístico tomada de la ficha digital, de los 21 titulares noticiosos representa la transmisión positiva de valores en los contenidos noticiosos, mientras 7 no representa en lo absoluto.

Destacándose el medio informativo por ser un promotor en la difusión de valores que transmite en los contenidos de sus publicaciones, tenemos: libertad, justicia, respeto, tolerancia, responsabilidad, equidad, confianza, solidaridad, etc.

Publicación 18 de mayo

1. Identificación

El apartado 1, sobre identificación, destaca la procedencia geográfica de la noticia entre los datos capturados a través de la ficha virtual se tiene lo siguiente: de 11 titulares representa la noticia tiene procedencia nacional, 5 titulares tienen carácter internacional, mientras 10 noticias corresponde a la ciudad y, 2 titulares son provinciales.

La procedencia geográfica de la noticia describe el origen del hecho noticioso, en una producción equilibrada haciendo referencia a la comunicación trasciende las noticias de procedencia nacional y de ciudad. Fenómeno que sucede dado el hecho de que el medio comunicacional tiene su matriz en Buenos Aires, República de Argentina.

2.- Origen de la información

Este apartado 2, permite visualizar el origen de la información cuyo índice estadístico destaca un 71,42% periodismo de investigación, trasciende la calidad de un trabajo informativo periodístico profesional, con relevancia en ciertos temas a veces delicados de la información.

El 25% rutinas productivas son prácticas adquiridas -consciente e inconscientemente- en el contexto productivo de los medios, a partir de los criterios de noticiabilidad y valores/noticia; el 3,57% rutinas productivas pero con una parte de periodismo de investigación es el resultado de bajo nivel que en la práctica de da muy poco esta cifra y sobre todo en el ejercicio periodístico.

En síntesis la estadística demuestra un trabajo periodístico de investigación de contenido científico aplicando las técnicas y métodos que permiten arrojar los argumentos y soportes efectivos y eficaces de la publicación de las noticias en beneficio de ilustrar, es decir educar culturalmente a la ciudadanía, entre ellos el fomento del hábito de la lectura que posibilita la riqueza de acervo intelectual del individuo.

3.- Naturaleza de las fuentes y los protagonistas

Este apartado 3, significa si la noticia incluye o no a la persona o grupo de personas que proporcionaron la información para el desarrollo de la noticia. En todo caso el 68% de los titulares y contenidos leídos, analizados y revisados manifiestan no, mientras el 32% si.

La categoría periodística del medio de comunicación El Clarín de Buenos Aires, mantiene en reserva las fuentes, aspecto que obviamente es una señal positiva de alto nivel de credibilidad en la proporción informativa del medio.

4.- Fórmula de identificación de los protagonistas

El apartado No. 4, hace referencia a los protagonistas de la información que se destacan durante el viernes 18 de mayo del 2012 son: por un lado Cristina Fernández con el 20%, la Presidente de Argentina y fuentes policiales con el 20% que no tienen plena identificación personal, pero q marca la imagen institucional. Mientras el resto solo representa el 2,2%.

Indudablemente, que dirigir los destinos de un estado o pueblo, hacen del líder un personaje que se encuentra a diario en las primeras planas de los titulares noticiosos que de una u otra forma para bien o para mal del lector es una señal de rendición de cuentas sobre la responsabilidad de sus actos gubernamentales.

5.- Estructura de noticias

Es una información con tratamiento diferente porque se considera el acontecimiento más importante de la jornada. De los 28 titulares noticiosos tomados en la publicación del 18 de mayo del 2012, un alto nivel de temas son importantes esto representa el 71% si, mientras el 29% no.

En consecuencia, la estructura operativa y funcional del medio desempeña un rol fundamental de los hechos noticiosos a favor de los lectores, aspecto que demuestra el

perfil social, ético y profesional en la publicación de las noticias, que significa el reconocimiento de los diferentes actores que conforman la sociedad.

6.- Tratamiento de los contenidos

Dentro del apartado se evidencia un alto nivel destacan los fragmentos positivos de la declaración que representa 21 titulares noticiosos, frente a 7 no.

Claramente determina la estadística un alto porcentaje el trabajo calificado del periodista, es decir en la interpretación de manera positiva el hecho, comunicado oficial o publicación pública de la fuente.

7.- Enfoque

El apartado 7, en relación al enfoque un alto porcentaje hace uso del estilo narrativo adecuado, el índice representa 26 titulares favorables, mientras 2 negativos; aspectos que refleja la alta calidad periodística profesional del medio, dando un enfoque acertado en las poblaciones.

8.- Desequilibrio informativo

El apartado 8, de los 28 titulares publicados durante la semana correspondiente al 18 de mayo del 2012, en referencia al desequilibrio informativo sobre si existe separación entre información y opinión, representa totalmente el 100% no, es decir esta claro diáfano el significado entre lo que es información y lo que es opinión en el texto periodístico.

Al no detectar separación entre información y opinión en las publicaciones; refleja ilustradamente el cumplimiento de requisitos periodísticos como informar, educar, orientar y entretener, mientras que el aspecto editorial es una línea de pensamiento y opinión trazada por el medio informativo en forma seria que desde luego aporta críticamente al desarrollo de la comunidad.

9.- Valores.

El apartado 9, trata de los valores, en relación a la pregunta sobre la existencia de transmisión de valores, aplicada la ficha digital a la semana correspondiente al 18 de mayo del 2012, de los 28 titulares noticiosos publicados por Diario El Clarín de Buenos Aires, el 100% expresa positivamente la existencia de valores.

Excelentemente, el medio informativo toma valientemente la defensa y promoción de valores que transmite en los contenidos de sus publicaciones, tenemos: libertad, justicia, respeto, tolerancia, responsabilidad, equidad, confianza, solidaridad, que desde el punto de vista humanístico es altamente positivo el rol del medio frente a la sociedad.

4.2 De las cinco publicaciones

Como se puede apreciar la publicación correspondiente al jueves 10 de mayo del 2012, el apartado 1 sobre identificación hace referencia a la temática de la publicación. Entre la de mayor incidencia es la política que representa el 46%, mientras mundo y sociedad alcanzan el 18%, como también economía y policiales el 9% cada una. Esta publicación hace contraste en relación a la publicación del viernes 18 de mayo del presente año el origen de la información destaca un 71,42% periodismo de investigación, el 25% rutinas productivas y el 3,57% rutinas productivas cuyo resultado es la mezcla de las anteriores. En todo caso queda demostrado la credibilidad del medio periodístico, que a pesar de existir un alto peso de las temáticas de orden político, no es presa fácil mercantilista del orden constituido, sino más bien apela a un orgánico estructural funcional en beneficio de sus lectores a quien rigurosamente se somete a la evaluación de sus usuarios y, no a las migajas de un sistema político administrativo que en países subdesarrollados como Argentina muchas de las veces se constituyen en antros de la corrupción y destrucción de sus propios pueblos.

Se puede evidenciar la publicación correspondiente a la semana del lunes 16 de abril del 2012, el apartado 9 sobre desequilibrios informativos y valores, hace referencia a establecer la diferencia entre información y opinión, como también a la temática de valores en las publicaciones.

Estas publicaciones guardan semejanza con las ediciones correspondientes al viernes 18 de mayo del 12, en la que destaca un alto nivel de porcentaje es decir el 100% en torno al flujo de información; mientras el 100% al tema de valores. En consecuencia la coincidencia del nivel porcentual estadístico entre dos fechas distintas, constituye la calidad de trabajo calificado que realiza el medio informativo y, que a la par demuestra un alto nivel de formato técnico y sobre todo el interés de incluir en el contenido de las publicaciones aspecto humanísticos como son una línea editorial seria y la transmisión de valores.

En torno a la publicación realizada durante la semana correspondiente al miércoles 24 de abril del 2012, sobre identificación la noticia destacada en titulares en la portada de Diario El Clarín promedia entre 5 titulares como máximo que representa 100%, guarda semejanza con las fechas correspondientes a las semanas del 16 de abril, 02, 10 y 18 de mayo del

2012, dado el establecimiento del formato emitido por el medio lo que origina prestigio e imagen institucional al medio informativo. Aclarando, que el resto de titulares noticiosos tienen el mismo valor e importancia en sus contenidos conforme el guion aplicado que más bien obedece a normas y reglas periodísticas que deben sujetarse quienes desarrollan este tipo de actividades.

La relación de apartados correspondiente a la semana del miércoles 02 de mayo del 2012, guarda un alto nivel de compatibilidad en lo que respecta a la naturaleza de las fuentes y los protagonistas, fórmula de identificación de los protagonistas y estructura de noticias; el índice estadístico lo demuestra así: 71.42% prevailecimiento de la fuente en el titular, 75% estilo indirecto y 71.42% noticia con sujeto múltiple; si bien, se presenta un contraste en la fórmula de identificación de los protagonistas, hace mediante el estilo indirecto el contenido de la cita a través de lo que cuenta el periodista del medio, más sin embargo la noticia tiene la trascendencia que se merece, es decir cumple con los estándares técnicos y operativos para su publicación.

El análisis correspondiente a la semana del jueves 10 de mayo del 2012 sobre el origen de la información en relación a la noticia resultado, los datos obtenidos son los siguientes: 25% titulares corresponden a periodismo de investigación, 10.71% a rutinas productivas y, 64.28% producto de agencias; el cuadro comparativo relacionado a la semana correspondiente del viernes 18 de mayo el índice estadístico presenta el 71,42% periodismo de investigación, 25% rutinas productivas y, el 3,57% rutinas productivas.

Como se puede evidenciar, el contraste entre las dos fechas, el 02 de mayo el resultado de la noticia se la obtiene en alto nivel de agencias, el 18 de mayo se logra aplicando periodismo de investigación; en todo caso las dos metodologías de investigación son técnicas que ilustran el origen de las noticias publicadas.

El análisis correspondiente a las semanas comprendidas desde el 16 de abril hasta el 18 de mayo del 2012, se puede evidenciar el consolidado total en cuanto a la identificación que representa el 5%, el origen de la información 9%, la naturaleza de las fuentes 11%, fórmula de identificación el 8%, estructura de la información 11%, Tratamiento de los contenidos 12%, enfoque 14%, desequilibrio informativo 15%, y valores 15%.

De los porcentajes obtenidos el cuadro estadístico de los apartados naturaleza de las fuentes, estructura de la información, desequilibrio informativo y valores la producción informativa alcanza un alto nivel de concatenación que obviamente refleja la calidad informativa, credibilidad y posicionamiento del medio a nivel nacional y mundial.

CONCLUSIONES

- ❖ Se Cumple de forma organizada el conocimiento acerca de la procedencia de la información, la naturaleza de las fuentes y de los protagonistas, estructura de la información y formato de noticias. En este caso los resultados estadísticos entre el 16 de abril y 10 de mayo guardan un ligero contraste en relación a la identificación de la información que representa el 26% y el 33% sucesivamente; mientras el 24 de abril representa el 13%, el 18 de mayo 13% que evidentemente guardan una similitud en cuanto a la temática de orden político; debido fundamentalmente a los momentos que vivía la República de Argentina durante aquel tiempo.
- ❖ Realizado el estudio y aplicación de los nueve apartados de la ficha digital, destaca el apartado No. 9 sobre la existencia de valores, que proporciona los siguientes datos: el 16 de abril representa el 15%, 24 de abril 21%, 2 de mayo 21%, 10 de mayo el 21%, y, el 18 de mayo 22%; en síntesis el medio informativo El Clarín proporciona un gran interés hacia sus lectores, aspecto que cumple un requisito fundamental para educar y orientar.
- ❖ Se demuestra credibilidad, transparencia, objetividad, de los resultados alcanzados en los contenidos informativos publicados por Diario El Clarín y capturados mediante la aplicación de la técnica de la ficha digital. En cuanto al origen de la información sobre la noticia resultado de un periodismo de investigación, el consolidado obtenido produce los siguientes porcentajes: 16 de abril representa 30%, 18 de mayo 27%, determina un alto nivel de calidad para recoger la información previo a la publicación; mientras el 24 de abril, 02 de mayo y 10 de mayo utilizan herramientas validas en el campo investigativo como: agencias y rutinas productivas.
- ❖ Alcanzados los contenidos publicados por Diario El Clarín de la República Argentina, determinan semejanzas y contrastes entre las fechas comprendidas: 16 de abril, 24 de abril, 2, 10 y 18 de mayo del 2012. Aspecto favorable para el desarrollo del pensamiento,

análisis crítico, imaginación, creatividad y razonamiento lógico del profesional, en el área de la Comunicación Social.

En cuanto al desequilibrio informativo sobre si existe separación entre información y opinión en su orden cronológico establece los siguientes porcentajes: 20%, 18%, 19%, 26% y, 18%. Esta categoría demuestra la calidad técnica del medio para cumplir su rol estructural y funcional de forma organizada.

En síntesis, relacionando los datos analizados con el consolidado total en cuanto al enfoque representa 14%, desequilibrio informativo 15%, y valores 15%; esto demuestra un alto nivel de equilibrio técnico operativo para realizar las publicaciones el medio informativo.

BIBLIOGRAFÍA

Libros:

Carrascal V. C. (2011) La prisión de Abad Cobertura como debe ser. CIESPAL, pág. 563.

Cfr. DADER, J. L. (1990) "Las provincias periodísticas de la realidad", *Comunicación y Sociedad*, vol. 3, núm. 1 y 2, pp. 85-134.

Cfr. SHAW, D. y LONCI, C. (1991). "News and the Public Response", en SHAW, D. Y McCÓMBS, M. (eds.): *The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press*, pp.33-51.

McCOMBS, M. y EVATI, D.: (1995) Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la *agenda-setting*", *Comunicación y Sociedad*, Vol. VIII, núm. 1, pp. 7-32.

McCOMBS, M, y SHAW, D. (1993) "The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Market-place of Ideas", *Jou43* (2), Primavera, 1993, pp. 58-67.

Direcciones electrónicas:

Arango, Luis (2011). Teoría de la Agenda-setting. Biblioteca Luis Ángel Arago, (en línea) disponible en:

http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per35.htm#TEORlacuteA_DE_LA_AGENDASETING. (Consulta 20-05-12).

Cervantes Barba, Cecilia (1993a) pág. 51 dispuesto en línea <http://www.infoamerica.org/documentos/pdf/setting05.pdf>

Cervantes Barba, Cecilia (2005) en línea digital <http://www.infoamerica.org/documentos/pdf/setting05.pdf>

Cervantes Barba, Cecilia (2005) La Sociología de las noticias y el enfoque agenda-setting, México: Universidad de Guadalajara

http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/setting05.pdf Recuperado 23 de diciembre 2010.

Gallegos Noemí (2010), Teoría (en línea) disponible en:
http://www.borriones.net/opinion/teorias_op.pdf (Consulta 21-11-21)

Rodríguez Díaz, Raquel: Teoría de la Agenda-Setting: aplicación a la enseñanza universitaria, (en línea) disponible en:
<http://www.obets.ua.es/obets/libros/AgendaSetting.pdf> (Consulta 20-05-12)

Rodríguez Díaz, Raquel: (2004) Teoría de la Agenda-Setting, (en línea) disponible en:
<http://eprints.ucm.es/tesis/inf/ucm-t24877.pdf>

Teoría de la Agenda Setting, consultado el 20-05-12, disponible en:
http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per35.htm#TEORlacuteA_DE_LA_AGENDASETTING.

Teoría de la Agenda Setting, consultado el 17-05-12, disponible en:
<http://www.obets.ua.es/obets/libros/AgendaSetting.pdf>

Teoría de la Agenda Setting,(todas tienen el mismo título?) consultado el 25-05-12, disponible en: <http://eprints.ucm.es/tesis/inf/ucm-t24877.pdf>, manifiesta.

Teoría de la Agenda Setting, consultado el 18-05-12, disponible en:
<http://www.obets.ua.es/obets/libros/AgendaSetting.pdf>

Teoría de la Agenda Setting, consultado el 29-05-12, disponible en:
http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/setting05.pdf Recuperado 23 de diciembre 2010.

Teoría de la Agenda Setting, consultado el 06-06-12, disponible en:
<http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/analisis/563-la-prision-de-abad-iuna-cobertura-como-debe-de-ser.html>.JoseVillamarin Carrascal.

Villamarin Carrascal, José (2011) en línea digital
<http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/analisis/563-la-prision-de-abad-iuna-cobertura-como-debe-de-ser.html>

ANEXOS

Anexo 1

FICHA DE RECOLECCIÓN DEL LUNES 16 DE ABRIL

Anexo 2

FICHA DE RECOLECCIÓN DEL MARTES 24 DE ABRIL

Anexo 3

FICHA DE RECOLECCIÓN DEL MIÉRCOLES 2 DE MAYO

Anexo 4

FICHA DE RECOLECCIÓN DEL JUEVES 10 DE MAYO

Anexo 5

FICHA DE RECOLECCIÓN DEL VIERNES 18 DE MAYO

Anexo 6

LUNES 16 DE ABRIL se recolectaron los siguientes titulares:

- Cristina presentó el proyecto para expropiar el 51% de YPF
- España tilda de “hostil” la expropiación y prepara represalias “claras y contundentes”
- Para Hillary Clinton, la Argentina deberá "justificar" la expropiación de YPF
- El PSOE se alista con el PP y apoyará a Repsol
- El Gobierno tomó el control de YPF y echó a directivos de su sede
- En la "nueva YPF", el Estado y las provincias compartirían la propiedad con Eskenazi
- Un anuncio histórico, con pocos convidados y gobernadores preocupados
- Los argumentos petroleros de Cristina
- Desde la oposición consideran que "la propia Presidente reconoció el vaciamiento de YPF”
- El anuncio de Cristina confirma que el proyecto, finalmente, existía
- Suspenden la cotización de YPF en la Bolsa porteña y en Nueva York
- La Comisión Europea advirtió a la Argentina que la expropiación de YPF tendrá consecuencias
- Llaman a indagatoria a Schiavi y Cirigliano por la tragedia de Once
- Se mató la mujer que había confesado el crimen de su hijo de 6 años
- Condenaron a perpetua al asesino de Ezequiel Agrest
- Luz Milagros comenzó a recibir luminoterapia
- Disfrazados de policías, asaltaron en Mendoza una combi que iba a la feria de La Salada
- Le restituyen ambas manos a un joven que había sido amputado en un accidente laboral
- Tramitar el pasaporte cuesta el doble
- El Papa cumple 85 años: “He llegado al último período de mi vida y no sé que me espera”
- El abogado del socio de Boudou recusó al juez Rafecas
- Cinco personas murieron al incendiarse una casa en Villa Domínico
- Una inusual exposición ofreció ayuda a divorciados
- JimYong Kim, el enigmático médico que presidirá el Banco Mundial

- El "Arca de Moreno", nueva apuesta para vender más productos a Angola
- La cantidad de sal en las comidas rápidas varía mucho de un país a otro
- Para uno de los fundadores de Google, la libertad de la web está más amenazada que nunca
- Asesinan de un balazo en la cabeza a un colectivo en La Matanza
- Brasil: unos 400 presos amotinados mantienen de rehenes a más de 130 personas
- España se niega a un rescate europeo, pese a una fuerte escalada del riesgo país

Anexo 7

MARTES 24 DE ABRIL, los titulares son:

- Ordenan a la ciudad otorgar una vivienda para chico discapacitado que vive en la calle
- La UE advierte que Argentina sentirá las consecuencias por "mucho tiempo"
- El Gobierno responde a la UE: "Las consecuencias no se van a sufrir, se van a gozar"
- Repsol dice que es "falso" que no haya invertido lo suficiente
- Uruguay considera "muy complejo" que el Mercosur negocie con la UE sin Argentina
- Proponen a Londres que haya vuelos directos de Aerolíneas a Malvinas
- Marita habría sido vista en Villa Unión
- Ofreció donarle un órgano a su jefa y ésta la despidió durante el postoperatorio
- Los porteños y habitantes del GBA soportan el día más frío del año
- Confirman que los restos encontrados en Salta son de una mujer joven y rubia
- Google lanzó su disco rígido virtual
- Juan Carr candidato a Nobel de la Paz
- Dieron en adopción a un bebé en sólo dos semanas
- Iba al velorio de su ex mujer y murió en un accidente en Panamericana
- Kirchneristas buscan darle impulso a una "nueva constitución"
- Macabro hallazgo en Esquel: encuentran un torso humano en un bosque
- Una travesti denunció que fue violada por policías en una comisaría
- Matan a otro periodista en Brasil
- Los británicos eligieron a una joven como "el rostro matemáticamente perfecto"
- Moreno sacó un 0-800 para recibir quejas por la yerba mate
- Los jóvenes que viven solos están muy mal alimentados
- El Gobierno toma prestados 12.800 millones de pesos del Banco Nación
- En manos de la ultraderecha
- Coctel peligroso: La economía crece menos y la inflación va por arriba
- Polémica entre visitantes y traumatólogos por los sobornos

Anexo 8

MIÉRCOLES 2 DE MAYO, los titulares son:

- Frenan el aumento de peajes de la Autopista Buenos Aires - La Plata
- Entre cruces y chicanas, Diputados debate la ley para expropiar YPF
- Malvinas y los Juegos Olímpicos de Londres, temas de un nuevo spot televisivo del Gobierno
- Un chico de 16 años murió tras correr una carrera de mountainbike
- La Presidenta volvió a reclamarle al Reino Unido diálogo por Malvinas
- El asesino ejecutó a sus víctimas de ocho balazos
- Encuentran muerta a una nena de 6 años que había desaparecido ayer
- Raid mediático de Alicia Castro contra una nota de Clarín
- Subastan en Internet el esqueleto de un tiranosaurio
- Otra testigo vio a Marita en un prostíbulo riojano
- Los custodios del legado, viajes de Moreno y mineras en la mira
- Europa enviará un cohete a las lunas de Júpiter en busca de restos de vida
- Tenso debate por TV entre Hollande y Sarkozy, a 4 días del balotaje
- Una ambulancia chocó y tuvieron que trasladar un corazón en un remis
- Hebe: "No creo que tenga que seguir Cristina en 2015"
- Harvard y el MIT ofrecerán sus cursos gratis por Internet
- Una escuela debe indemnizar con \$50 mil a un chico agredido por otro alumno
- Para el INDEC, los salarios promedio triplicaron a la inflación oficial
- El último día del Belgrano, contado por sus tripulantes
- Una pareja de policías de la Metropolitana discutió y ella terminó baleada
- Encuentran una postal escrita por Hitler cuando era soldado
- Subastan en Internet el esqueleto de un tiranosaurio
- Mueren al menos 20 manifestantes enfrentamientos en el Cairo
- Los proteccionistas de animales siguen dando pelea
- Mañana, paro en el Pellegrini
- La falta de inversión al desnudo

- Boudou gana tranquilidad judicial pero hipoteca su futuro político

Anexo 9

JUEVES 10 DE MAYO se recolectaron los siguientes titulares:

- Ruralistas y militantes de La Cámpora desataron un escándalo en la Legislatura bonaerense
- El kirchnerismo quiere que Scioli informe sobre sus gastos de publicidad
- Cristina pidió "sensatez y seriedad" a la dirigencia sindical
- Scioli reemplaza a una funcionaria cuestionada por sectores kirchneristas
- Obama dice que Europa no actuó tempranamente contra la crisis
- El Gobierno dice que sancionará a Claro por el corte de ayer
- Liberaron al wachituro acusado de abusar de una menor
- Hubo demoras en Aeroparque por una protesta sindical
- Para la Justicia, es lícita la prostitución ejercida voluntariamente en un ámbito privado
- La AFIP cerró más el grifo y ahora se pueden comprar menos dólares
- Encuentran un calendario Maya que desmiente la profecía del fin del mundo en 2012
- Macri, irónico sobre la relación con Cristina: "No pretendo que nos pongamos de novios"
- Mendoza: una alumna fue atacada a golpes por cinco compañeros durante el recreo
- Hallan 841 kilos de cocaína en un camión
- Modificaron el currículum de Reposo tras conocerse que mintió en sus datos
- Microsoft promete compensar sus emisiones de efecto invernadero
- Detienen en Honduras a un hombre acusado de violar a 30 chicas
- Confirman la prisión preventiva para el viudo de la maestra
- Al menos 70 muertos en un devastador doble atentado en Siria
- Hallan asesinado a un remisero que estaba desaparecido desde el martes
- Le dispararon más de diez balazos y escapó ileso del robo
- España protesta por las trabas de Moreno al jamón ibérico
- Un fiscal cuestionó la absolución de Lucila Frend y pidió que la condenen a perpetua
- Cavallo analiza volver a la política
- El primer cómic de Batman se vendió por 850 mil dólares
- El periodismo ecléctico

- Decidir el final con dignidad
- El gobierno de Rajoy toma el control de un banco privado

Anexo 10

VIERNES 18 DE MAYO, se recolectaron los siguientes titulares:

- Según el INDEC, se acentúa la desaceleración de la economía
- Subtes: postergaron hasta el lunes la reunión en Trabajo y el paro sigue firme
- El dólar paralelo tuvo un respiro: se consiguió a \$5,60
- La UOM, otro gremio de peso que consiguió un aumento muy superior a la pauta oficial
- Llegó la lluvia y se viene un fin de semana gris
- Los rostros detrás de la ley de muerte digna
- Asesinó a su mujer y al amante, se lo confesó a su hija y escapó
- Cristina dice que hay "grandes oportunidades" de negocios en Angola
- Reparten medias con la leyenda "Clarín Miente" a niños descalzos de Angola
- Timerman evitó responder sobre la violación de los derechos humanos en Angola
- Los dueños de Ciccone le pagaron viajes al hermano de Boudou
- Oyarbide decidió mandar a Pablo Schoklender a la misma cárcel que su hermano
- Política 2.0
- Levantaron el corte en el Camino del Buen Ayre
- En un tibio debut, la acción de Facebook perdió empuje y cerró casi al mismo valor de apertura
- Insólito: un preso se escapó de la comisaría cuando salió a regar las plantas
- La búsqueda de restos de Marita Verón no dio resultados
- Escándalo en Gran Bretaña por la lista de invitados al Jubileo de la reina
- Tres detenidos por el crimen de un ex policía aeronáutico en San Martín
- El logro de bajar 120 kilos en un hospital público
- Google+ no logra levantar cabeza
- Llegaron las ballenas y miles de turistas disfrutaban del espectáculo
- Jazz para despojarse de lo cotidiano
- Viajes, cocina, ciencia y cine también van por el Martín Fierro
- El desconocido que paga todo

- El escorpión y la rana
- Peleas internas por el dólar y danza de nuevas medidas
- Claves para tener un buen resguardo de los datos más importantes de la PC