



Global Media Journal

ISSN: 2007-2031

globalmedia_enespanol@hotmail.com

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores
de Monterrey
México

Barrios Correa, Marta Milena

Estas noticias nuestras. Agenda informativa de la primera plana de los diarios digitales de América
Latina

Global Media Journal, vol. 5, núm. 10, 2008

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey
Monterrey, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68701003>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Estas noticias nuestras. Agenda informativa de la primera plana de los diarios digitales de América Latina

*Marta Milena Barrios Correa (Colombia) mbarrios@uninorte.edu.co
Universidad Del Norte.*

Resumen

Este estudio investigó el contenido de los textos de la primera plana de los diarios Latinoamericanos que tienen edición digital, para conocer qué se considera noticia. La era de la información le ha abierto nuevos retos al periodismo, mientras que la historia contemporánea advierte no pocos cambios en la realidad social de la región. Por eso, se consideró importante revisar la dinámica del cubrimiento periodístico actual, para establecer qué tan cerca está la agenda de los periodistas de la agenda de la opinión pública. Unas 500 noticias de portada, de diez diarios de igual número de países fueron analizadas, para indagar los valores que inspiran las decisiones de los editores, las fuentes de información de los periodistas, los sujetos sobre los que se habla en las noticias, el peso y el soporte de la información internacional y la visibilidad de los conflictos sociales en los diarios. Los resultados dieron cuenta que se mantienen tendencias conocidas como el centrar la agenda de los diarios en la política y los conflictos sociales, y el que los discursos estén dominados por las declaraciones de actores en el gobierno y otros servidores públicos, a pesar de los diferentes contextos geográficos y culturales. De otra parte, a diferencia de lo que ocurría hace un par de décadas, los textos mostraron una mayor independencia de las empresas de medios de las agencias internacionales de noticias. Se encontraron coincidencias entre las agendas de los diarios y las de sus lectores.

Introducción

La identificación de los factores que influyen en la construcción de la noticia ha sido objeto de atención por parte de académicos alrededor del globo. De hecho, la temática está profundamente arraigada en la tradición de la investigación en comunicación, y particularmente, en la investigación sobre los textos de los medios informativos. Desde hace aproximadamente medio siglo, se han realizado numerosos estudios sobre los valores que intervienen en la decisión de los periodistas y editores de seleccionar de la realidad unos sucesos para que aparezcan en las noticias, descartar otros y darle un encuadre parecido a la información, a pesar de haberse producido en diferentes contextos geográficos y culturales.

Muchos de esos estudios tuvieron como sujeto de indagación a la prensa, no sólo por ser el medio de comunicación más antiguo, sino porque a pesar de la popularidad indiscutible de la radio y la televisión, algunos estudiosos (Tuchmann,

1978; Mc Combs, 1995; Bryant y Zillmann, 1996) conceptúan que posee por lo menos dos características que le hacen ocupar un lugar preponderante en la discusión sobre los efectos de los medios.

La primera tiene que ver con la calidad de la atención que la audiencia dedica al mensaje. A pesar de la fuerza de la imagen que ofrece la televisión y de las emociones que puede despertar la narración de un suceso en directo a través de la radio, algunos académicos opinan que estos dos medios no siempre reciben de su audiencia la misma calidad de atención. La del receptor de medios electrónicos, cuando está expuesto a los mensajes informativos, por lo general compite con otros estímulos y tiende a oscilar, mientras que la atención del sujeto que lee un diario tiende a estar más centrada, lo que coadyuva a que el mensaje tenga mayor penetración.

Es decir, si se examina el asunto en términos de procesamiento periférico y central de la información, parece haber consenso en que los medios audiovisuales son periféricos -se asimilan más pero de manera más superficial- mientras que los impresos son de procesamiento central: se asimilan menos pero en forma más profunda y duradera. Por otra parte, académicos como Mc Combs (1995) reportan en sus estudios que las noticias televisivas tienen un efecto de establecimiento de agenda-setting menos potente que el de los periódicos.

La segunda tiene que ver con la dinámica de trabajo de los mismos medios. En este sentido, se espera que el trabajo de los periodistas de prensa sea más reflexivo -utilizando con mayor frecuencia los géneros temáticos como el reportaje y la crónica- debido a que sus colegas de medios electrónicos suelen ofrecer a la audiencia los hechos básicos del acontecer actual en el formato de noticia. De nuevo, desde la academia se habla de un declive en el rol de *diseminación* de los periódicos que se cambia por un rol predominantemente *interpretativo*, que le permite a la prensa proporcionar mayor contexto y análisis en su cobertura de la realidad, debido a que la televisión y el Internet tienen el dominio de las primicias (Skewes, 2007).

Por otro lado, en lo que tiene que ver con la realidad social, el último lustro se ha caracterizado por ser un período especialmente activo para América Latina en distintos escenarios. Una etapa de reafirmación de la autonomía de la región, una mejora sustancial en los indicadores de desarrollo económico -con un incremento entre 3 y 6% en el crecimiento económico de la mayoría de los países a excepción de Argentina y Venezuela que se espera que crezcan más del 6% (Cepal, 2006)- y un giro político generalizado hacia la izquierda, por cuenta de los cambios de régimen en siete países.

Algunos analistas de medios (Gómez Massieri, 2007, Oppenheimer, 2006) parecen asociar algunas de las transformaciones internas de Latinoamérica con la dinámica de la política exterior del presidente de Estados Unidos, George Bush, que ha estado más centrada en la lucha contra el terrorismo para responder a los ataques del 11 de Septiembre de 2001. Este país ha enfocado sus esfuerzos en ganar la guerra en Afganistán e Irak, y manejar desde el campo diplomático situaciones que considera

amenazantes, como las que se desprenden de los programas nucleares que adelantan los gobiernos de Pyongyang en Corea del Norte y Ahmadinejad en Irán.

En este sentido, que el primer socio comercial de América Latina tenga otras prioridades en su política externa, parece haber contribuido en forma positiva a la afirmación de la identidad de una región en donde la popularidad de Estados Unidos ha descendido en forma considerable, tanto en las encuestas realizadas en Latinoamérica como en Estados Unidos.

En efecto, de acuerdo con los sondeos de opinión pública realizados en el sur del continente, el 51.5% de los latinoamericanos tienen una imagen desfavorable de George Bush frente a un 24.1%, de opinión favorable. También los latinoamericanos resultan muy críticos respecto a su gestión, ya que el 36% está convencido que desde que llegó al poder, las relaciones con su respectivo país han empeorado. Por otra parte, la mayoría de los encuestados considera que su país debería estar más cerca política y económicamente de la Unión Europea (45%) que de Estados Unidos (26.8%) (DATEXCO 2007).

Otros sondeos realizados en Norte América ratifican los hallazgos anteriores: "en cada país latinoamericano investigado, se encuentra más desconfianza que confianza en el Presidente Bush con márgenes de dos a uno. Una fuerte mayoría de los Latinoamericanos expresó tener 'no confianza' o 'no mucha confianza' en la habilidad del Presidente Bush "para hacer lo correcto en relación a los asuntos mundiales, en un rango que va del 60% en Perú al 87% en Argentina" (Pew Global Attitudes Survey, 2007).

Por otra parte, los procesos de producción informativa en Hispanoamérica han sufrido no pocos cambios por cuenta de los adelantos tecnológicos. La era digital le ha abierto nuevos retos al periodismo en cuanto que ha tenido que adaptar sus contenidos a múltiples canales y formatos y actualizarlos durante un tiempo más prolongado, para mantener al día la edición por Internet.

Hay cambios importantes, pues, en la realidad social y en la de los medios informativos en este período particular de la historia de América Latina, que llevan a pensar que la región está ganando independencia. Sin embargo, no siempre la agenda de prioridades del gobierno coincide con la de los ciudadanos o con la de otras instituciones dentro de la sociedad civil, como los medios de comunicación.

En el pasado, se llevaron a cabo varios estudios importantes sobre la estructura de las noticias en América Latina (Reyes Mata- UNESCO, 1980; Montalbano, 1985; Van Dijk, 1998). De igual forma, se llevan a cabo en forma periódica muy buenos estudios de recepción para indagar tendencias puntuales dentro de la opinión pública en torno a tópicos específicos. Sin embargo, no se registran estudios recientes que conecten la realidad de los discursos de los medios con las de la opinión pública, para conocer las tendencias compartidas que se hacen visibles. En este sentido, la presente investigación pretende llenar la necesidad de revisar la agenda de la primera plana de los diarios con edición digital de la región, para ver qué temas de la realidad regional y la global encabezan el cubrimiento, qué otras

temáticas tienen cobertura prominente en los diarios y en qué medida se conecta el contexto social con el mediático.

De acuerdo a lo anterior, los resultados del análisis de contenido de este estudio se contrastarán con el informe de opinión pública Latinobarómetro de 2006, en cual la Corporación privada del mismo nombre, llevó a cabo más de veinte mil entrevistas en los distintos países de América Latina para conocer la opinión de la población sobre sus principales problemas, la visión de su país y la de los líderes que los conducen. Investigadores como Reyes Matta lo han expresado con claridad: "Cualquier intento de definir el 'por qué' de las motivaciones que hacen que el editor seleccione ciertos hechos como noticia y deje otros de lado, requiere considerar el marco de referencia que proporciona la realidad Latinoamericana, la estructura socioeconómica y el rol de los medios dentro de esa estructura". (Reyes Matta, 1980, p. 39)

En suma, este estudio busca identificar algunas tendencias que pudieran servir de base para una indagación más amplia sobre la agenda actual de los diarios de América Latina. Se trata de establecer las temáticas que compartimos como región a partir de las noticias que tienen cobertura prominente. En este sentido, como pregunta de investigación está la descripción sobre cuál es la agenda informativa actual en América Latina.

Algunas preguntas relacionadas apuntan a establecer si existen diferencias entre los valores que inspiran las decisiones de los editores de los diarios más representativos de 10 países en la selección de las noticias de primera plana, de qué fuentes de información se sirven los periodistas para el cubrimiento informativo, sobre qué sujetos se habla en las noticias, cuál es el peso y el soporte de la información internacional, cómo se hacen visibles los conflictos sociales en los diarios y, como se dijo, qué tan cerca está la agenda de los periodistas de la agenda de la opinión pública en la región.

Revisión de la Literatura

Noticia es que un hombre muerda a un perro. El hecho que por lo general se acuda a este ejemplo –o a otros- en lugar de una definición, para conceptualizar el género básico en el que descansa todo el quehacer periodístico, da cuenta del carácter relativo –casi gaseoso- que encierra la materia prima del trabajo del reportero.

Parece haber consenso en que resulta compleja la precisión semántica de esta ruptura en el flujo normal de la vida cotidiana de una sociedad, a la que llamamos noticia. Algunos llegan aún más lejos al decir que su definición no se debe enmarcar en el terreno de la racionalidad porque resulta mucho más un *sentir* que se los productores de noticias 'captan' de manera casi misteriosa para el común de los mortales, como si se tratara del virus de una gripe.

Esta revisión de la literatura tiene como propósito hacer un recorrido por algunos de los más notables esfuerzos académicos para conceptualizar el concepto de noticia y relacionar los resultados de algunos estudios que han tenido como foco de investigación el establecimiento de la agenda noticiosa de los diarios en América Latina, para conocer qué temáticas se consideran como prioritarias en la sala de redacción de los principales diarios de esta región y establecer si hay diferencias en las decisiones de los periodistas y editores de noticias de los distintos contextos geográficos y culturales.

El escurridizo concepto de Noticia

Entre los principales paradigmas desde los cuales se ha buscado entender el producto del trabajo de los periodistas, resulta útil destacar la postura de lingüistas como Van Dijk (1988) que consideran a la noticia un tipo especial de discurso con una organización distintiva, que puede ser estudiada "como una función de propiedades textuales y contextuales (cognitivas y sociales) del proceso comunicativo" (Van Dijk, 1980, p. 2), es decir, que la noticia es un evento comunicativo que encierra un contexto social.

El enfoque de la Teoría Crítica que siguen investigadores como Van Dijk -en el cual la realidad está moldeada por el contexto social, histórico, político, económico y cultural, los valores y evoluciona con el tiempo (Lucca y Berríos, 2003)- ha servido como marco explicativo para analizar la prensa, tomando como base un concepto de triangulación, en donde se hallan: el discurso y sus estructuras, la cognición y sus estructuras y la sociedad y sus estructuras (Van Dijk, 2004).

En el intento de ofrecer una explicación teórica de lo que significan las noticias dentro de la vida cotidiana de las sociedades modernas, ha habido otros esfuerzos destacados, como los trabajos de Walter Lippmann en los años 20, que después enriquecieron Alfred Schutz y otros estudiosos de la fenomenología y de la sociología del conocimiento. La teoría de la Realidad Simbólica que desarrollaron, argumenta que existe un acervo social de conocimiento que nos proporciona las coordenadas para orientarnos en el mundo social, permitiéndonos saber cómo actuar en la vida cotidiana. Este conocimiento se automatiza, se tipifica, permitiéndonos funcionar en el mundo de la vida. Según este enfoque, las noticias son una de las formas más tempranas y difundidas de conocimiento en una sociedad (Tuchmann, 1978).

En otros desarrollos, se sostiene que la construcción de la realidad es un proceso colectivo que se desarrolla a partir de la interacción social, en la cual los individuos participan en la creación de su entorno al tiempo que son afectados por él. En este sentido, se afirma que existe una distancia entre la 'realidad real' y la 'realidad simbólica' que no logra ser percibida por los ciudadanos del común (Berger y Luckmann, 1998; Tuchmann, 1978).

Los medios de comunicación se insertan dentro de esta realidad simbólica o representada, a pesar de que debido al poder que tienen, las audiencias tienden a creer que 'la realidad real' es igual a la representación de la realidad que se hace en los medios. Como lo afirma un estudioso de la sociología de las noticias, "las

noticias no son un espejo de la realidad. Son una representación del mundo, y todas las representaciones son selectivas. Esto significa que algunos seres humanos deben hacer la selección; algunas personas toman decisiones acerca de qué presentar como noticia y cómo presentarla” (Schudson, 2003, p.33).

Este enfoque ha tenido numerosos nuevos desarrollos con las investigaciones sobre los efectos de las noticias. A partir de los años setenta, teorías como Agenda Setting y los conceptos relacionados Framing y Priming, han tenido un rol preponderante en las investigaciones en medios y continúan teniendo plena vigencia hoy en día, con el liderazgo de Maxwell Mc Combs y sus colegas (Mc Combs y Shaw, 1972; Mc Combs, 1995; Mc Combs, Shaw y Weaver, 1997; Iyengar y Kinder, 1987; Iyengar, 1993).

Precisamente, como lo dice Mc Combs, “el nombre metafórico de Agenda Setting proviene de la noción de que los mass media son capaces de transferir la relevancia de una noticia en su agenda a la de la sociedad. A través de su práctica diaria de estructuración de la realidad social y política, los medios informativos influyen en el agenda setting de los asuntos sociales alrededor de los cuales se organizan las campañas políticas y las decisiones de los votantes” (Mc Combs, 1995, p.3). Investigadores de los cuatro puntos cardinales han presentado evidencia empírica suficiente para sustentar la afirmación que las noticias influyen en muchas facetas de nuestra vida cotidiana.

Los intentos de conceptualizar la noticia desde este enfoque han dado como resultado definiciones donde se afirma que “las noticias son el resultado de la actividad periodística de publicar. Podemos especular que las noticias construyen expectativas sobre el mundo; promueven un énfasis y una valoración positivos sobre lo nuevo; apoyan una mentalidad histórica y gracias a las noticias, se proyecta una visión progresista en vez de una visión cíclica o un sentido recursivo del tiempo” (Schudson, 2003, p.12).

Otros estudiosos vinculan aspectos culturales y biológicos a la explicación de qué se considera noticia, que resultan muy valiosos al momento de intentar explicar la manera como está construida la agenda de los diarios de América Latina. Tras un estudio reciente -en el que hicieron un análisis de contenido de diarios, programas de televisión y de radio de diez países y grupos focales con periodistas y su audiencia- Pamela Shoemaker y Akiba Cohen aseguran que los individuos están biológicamente predestinados a monitorear su entorno para encontrar eventos que puedan ser útiles o amenazantes. Dicen que en el mundo moderno esa función de vigilancia profesional la cumplen los periodistas. “Nosotros proponemos que dos formas de evolución -biológica y cultural- influyen profundamente la forma que toman las noticias alrededor del mundo (...) La atención que se le dedica a ciertas ideas, personas, y eventos es un acto cognitivo, y las teorías de la cognición deben empezar con la biología” (Shoemaker y Cohen, 2006, p. 9).

Los autores reconocen la dificultad que encierra la definición de noticia y el alto grado de operacionalización que alcanza la conceptualización de lo noticioso en la dinámica agitada de una sala de redacción. En este sentido “proponen que la gente - y los periodistas! – están más interesados en dos piezas generales de información

sobre un evento: cuán intensamente desviado y socialmente significativo es” (Shoemaker y Cohen, 2006, p. 7).

Como desviación entienden “la característica de las personas, ideas o eventos que los diferencian de otros en su región, comunidad, vecindario, familia, etc. En teoría esta desviación puede ser positiva o negativa pero la mayoría de las veces resulta negativa, como la mayoría de las noticias” (Shoemaker y Cohen, 2006, p. 7). De acuerdo a lo anterior, la queja frecuente de la audiencia en el sentido que hay demasiadas malas noticias en los informativos no debería atribuirse a la deontología de la práctica periodística, sino que haría parte de la selección biológica que hacen los seres humanos tanto en su rol de productores de noticias, como de audiencia.

Otros estudios han reforzado la idea de que los receptores de los medios ponen mayor acento en lo negativo. En su estudio sobre el efecto de las imágenes negativas en los informativos de televisión, *The Evening’s Bad News*, Newhagen y Reeves (1992) aseguran que las imágenes negativas cambian la forma en la que la audiencia procesa la información y la guarda en su memoria. “Las imágenes con un alto grado de intensidad en las noticias televisadas inhiben la encodificación de información visual y fáctica presentada con anterioridad” (Newhagen y Reeves, 1992, p. 38). Sin embargo, la audiencia recuerda con mayor nitidez la información que precede a las noticias negativas.

En un comentario sobre los alcances de este trabajo, Newhagen le explicó a esta investigadora: “esta investigación provino de mi trabajo como corresponsal de guerra en América Central para UPI durante 1980’s. Yo estaba impactado por el hecho de que la gente se sintiera obligada a observar escenas realmente horribles de muerte y sufrimiento humano a pesar de que sabían que serían terribles (...) Esto lleva a la idea de que los humanos están impulsados a mirar a las imágenes de muerte y sufrimiento humano, por razones psicológicas profundamente arraigadas” (Newhagen, 2007). “If it bleeds it leads”, si sangra encabeza, es uno de los refranes más populares en las salas de redacción, que podría servir como resumen de lo dicho.

Volviendo a las categorías que mencionan Shoemaker y Cohen como de interés de la audiencia, está la de Significancia Social. Los autores consideran que “existe una tendencia a fijarse en cosas que afectarán sus vidas, ya sea en el ámbito personal o en el público (...) eventos como las elecciones tienen significancia social, así como nuevas leyes, decisiones de las cortes, eventos culturales, el cierre de un museo, inflación más alta o más baja, devaluación de la moneda, guerra, ataques terroristas, una nueva medicina para el SIDA, el cierre de periódicos, el comienzo de la televisión por cable, la muerte de personas prominentes, y todo lo demás” (Shoemaker y Cohen, 2006, p. 14) .

Lo cierto es que desde hace más de cuarenta años, los investigadores han intentado hacer operativos los criterios que intervienen en la selección de las noticias. Uno de los más emblemáticos de éstos es el estudio de Galtung y Ruge en 1965 que apuntó a establecer cómo los hechos y los eventos externos llegan o no a convertirse en noticia. Un total de 12 factores fueron reseñados, entre los que se encuentran:

frecuencia, umbral, claridad, significancia, consonancia, rareza, continuidad, composición, referencia a personas que constituyen la élite y referencia a sucesos negativos. (Galtung y Ruge citado por Harcup y O'Neill, 2001)

El estudio de Galtung y Ruge se consideró emblemático y produjo varias revisiones y nuevos listados, entre ellos los de especialistas como Harcup and O'Neill (2001) que le dieron un enfoque más cultural a la discusión, tratando de entender qué hace diferente la decisión de los periodistas y editores de noticias en diferentes contextos geográficos y culturales. En su estudio, identificaron diez valores noticiosos involucrados en la decisión de los productores de información: la élite en el poder, las celebridades, el entretenimiento, el factor sorpresa, las malas noticias, las buenas noticias, magnitud, relevancia, seguimiento y la agenda de los periódicos.

Resulta interesante seguir investigando el tema en distintas coyunturas sociales para conocer cuáles de estos valores se reflejan –y resultan predominantes- en los textos de los diarios de América Latina, o si han surgido otros valores en este momento particular de la historia.

Por otra parte, otros estudios han encontrado una relación entre el volumen de noticias extranjeras con cobertura en la prensa y el sistema político del país. Otros han dado como resultado que el cubrimiento está primordialmente determinado por el factor económico y la disponibilidad de las fuentes noticiosas (Gerbner y Marvany, 1977; Wu, 2000; citado por Shoemaker y Cohen, 2006).

Algunas de las investigaciones más recientes sobre la construcción de las noticias señalan que las rutinas de producción informativa, las características específicas del medio de comunicación y los contenidos que los grupos de interés o de presión logran impulsar, son algunas de las variables que influyen con mayor frecuencia en que algunos sucesos de la realidad logren visibilidad en los medios y otros no (Severini y Tankard, 2001; Iyengar y Simon, 1993; Shoemaker y Cohen, 2006).

En efecto, que la decisión final sobre lo que aparece en las noticias de la noche en las emisiones radiales o en los diarios matutinos, no siempre está bajo el control de los propios periodistas, parece estar claro para académicos como John Vivian (Vivian, 2006, p. 253-255) quien considera que hay cinco elementos que influyen en que un suceso sea reportado. El primero es el 'hueco noticioso', el espacio disponible que deja la pauta publicitaria, que tiende a ser fijo en televisión – más o menos 23 minutos de noticias y 7 de publicidad- y variable en prensa, donde el volumen de avisos determina el número total de páginas. En segundo lugar, el flujo noticioso, una variable que cambia día a día, según la cual, un suceso puede tener cobertura prominente en un día de pocas noticias y pasar desapercibido en otro donde haya un flujo noticioso pesado o donde el medio tenga poca disponibilidad de personal.

También influye la percepción que tenga el medio sobre su audiencia, la disponibilidad del material de apoyo como fotografías o video y las noticias que estén en la agenda de la competencia, debido al constante monitoreo que los medios de comunicación desarrollan sobre el trabajo de sus colegas.

Por su parte, otros autores como Funkhouser (citado por Severini y Tankard, 2001, p. 232) han sugerido una lista de cinco mecanismos que participan en la decisión que un suceso reciba atención noticiosa: la adaptación del medio al flujo de eventos, la reportería de eventos significativos que reciben tratamiento sensacionalista, la reportería selectiva que hace que un evento sea más atractivo para la audiencia de lo que fue en la realidad, los pseudo eventos o eventos "manufacturados" por los grupos de interés y las situaciones que presentan como noticiosos eventos que no lo son.

Pese a los distintos enfoques, lo único cierto es que la mayoría del tiempo la audiencia no es consciente del esfuerzo que hacen los productores de noticias para que la agenda noticiosa llene sus necesidades, es decir, que también sea noticia lo que la gente quiera que sea noticioso. Por eso resulta fascinante explorar los resultados de esta dinámica social en un contexto cultural, geográfico y temporal determinado como este de América Latina en un período de tantos cambios políticos.

Las discusiones sobre la valoración de las noticias -las decisiones sobre qué sucesos incluir, cuáles dejar por fuera de la emisión de un informativo o periódico y con cuáles eventos se debe encabezar- resultan clave para los periodistas, que con frecuencia monitorean a sus colegas de otros medios para saber qué tan acertado fue su juicio al seleccionar los sucesos que tienen más relevancia.

Por otra parte, teóricos del periodismo, al estudiar ¿qué es más noticia y por qué? aseguran que "un hecho es más noticia que otro en la medida que de él se deriven más hechos que sean noticia que del otro hecho que con él se compare" (Gomis, 1997, p.95). Es decir, la medida de lo noticioso está en relación con los desarrollos que genera el episodio inicial.

Esta investigación se centró en la primera página que los principales diarios de Hispanoamérica muestran en su edición digital, tomando en cuenta que numerosos estudios han comprobado que las informaciones que ocupan un lugar central o encabezan los medios tienen más recordación entre la audiencia que las que no. Las investigaciones de Iyengar y Kinder (1987), reforzaron lo dicho ya que encontraron que las historias que se usaron para iniciar un programa de noticias fueron influyentes para los televidentes, presumiblemente porque estos pensaron que las historias que encabezan son las grandes noticias del día.

Después de hacer mención de algunas generalidades de las noticias –su conceptualización, los valores predominantes, los factores que influyen en la selección de los contenidos- pasaremos a hacer un breve recuento de algunos aspectos históricos de la investigación en comunicación en la región.

La Agenda Investigativa Latinoamericana.

El origen de la prensa perfiló a este medio como un espacio para comunicar actividades de tipo comercial de los sectores más fuertes de la economía y debatir

ideas políticas de los partidos que se disputaban el poder en América Latina. La mayoría de los primeros periódicos fueron fundados por políticos que veían en ese medio la forma más segura de transmitir su ideología, de manera que muchos recibían subvención de los partidos; sus textos por lo general, los escribían figuras públicas que permanecían en el anonimato, en un tono narrativo más cercano a la literatura. Mucha de esta tendencia partidista se mantiene en nuestros días.

El campo de la investigación en medios tampoco ha sido ajeno a la influencia política, y en ocasiones se ha movido al vaivén de ésta. "En la década de los '40, los primeros estudios se orientan fundamentalmente hacia el *periodismo* y la *propaganda*" (Orozco Gómez, 1997). Por su parte, Fox (1998) -quien ha estudiado la relación entre los Estados de los países Latinoamericanos, los medios y la investigación en medios en la región- asegura que desde los años cincuenta, cuando los estudios de medios en América Latina se hicieron más populares, en la región se ha mostrado un compromiso consistente con el análisis crítico, que pretende satisfacer las demandas de las circunstancias políticas de cada período.

Por definición, los medios informativos cumplen una función mediadora destacada en los regímenes democráticos, al participar en la construcción de la opinión pública, entendida según Habermas (1994) como aquella esfera de la vida social que una comunidad construye y modela a diario, en el ejercicio abierto de sus mil formas de comunicación. En ese sentido, los informativos en general, y los diarios en particular, deberían actuar como narradores polifónicos, permitiendo que las voces de los distintos actores sociales se dejen escuchar en esa nueva "plaza pública". La dinámica resultante de esta polifonía ha sido objeto de numerosos debates e investigaciones. "Las interacciones entre el contenido de los medios, los funcionarios públicos y los ciudadanos interactúan para formular las agendas en lo que se refiere a cuáles son los asuntos importantes del día, ya sea que sean considerados o no y hasta que medida" (Mc Combs y Bell, 1996 citado por Gill, Arroyave y Soruco, 2006).

Volviendo de nuevo atrás en el tiempo, hay que recordar que en los '50 también se hicieron los primeros estudios de recepción de medios electrónicos, a partir de las nuevas necesidades de información para la toma de decisiones que generó la llegada de la televisión.

Por otra parte, existe preocupación entre los académicos por la falta de sistematización y de divulgación de los esfuerzos de investigación en la región, gran parte de los cuales provienen, precisamente, de centros de educación superior. En realidad, muchos estudios se repiten por desconocimiento previo del estado del arte y/o porque las investigaciones no han tenido la oportunidad de ser publicadas por los espacios limitados de divulgación en las revistas académicas indexadas de la región. Hay quienes van más allá, dando cuenta de otras razones que no tienen que ver con lo académico. "Esta situación ha sido interpretada como la *amigocracia* debido a que, para entrar al círculo de los investigadores y poder ser reconocido, es necesario estar cerca de un guía o mentor (...) y para 'ser publicado' hay que pertenecer a un grupo de amigos 'con acceso' a revistas y editoriales" (Orozco Gómez, 1997 p. 133-134).

A partir de los años setenta, la "moderna prensa de masas" de América Latina no ha sido ajena a los múltiples cambios en el escenario mediático que tuvieron lugar en el resto del mundo, cuando se dio entrada a la sociedad de la información en la que estamos inmersos. Una de las características principales de ese nuevo orden informativo mundial que se adoptó en la región, fue la tendencia a la concentración de emisores y al dominio de las grandes agencias de noticias. Los periódicos tuvieron que hacer ajustes para adaptarse, primero al reinado de la televisión y luego al de la red Internet, fenómenos que han influido de forma directa en la reducción de la lecturabilidad de los diarios.

Entre los diez periódicos con mayor circulación en el mundo en 2004 no figura ninguno de América, ni siquiera de Estados Unidos. Mientras que el diario de mayor circulación en el mundo, el Yomiuri Shimbun, de Japón, tiene 14.1 millones de ejemplares, (Kishan Thussu, 2006, p.124), el de mayor circulación en América Latina, el Clarín de Argentina, tiene un tiraje de apenas 600.000 ejemplares, según la Universidad de Indiana (Newspaper Websites for Latin America y Iberia, 2002).

Pero dejando de lado por un momento la cuantificación de la audiencia de la prensa, resulta pertinente centrar la atención en los criterios que tienen en cuenta los productores de noticias y los periodistas para construir los contenidos. En ese orden de ideas, en un estudio patrocinado por Unesco sobre los valores noticiosos y los principios de la comunicación cross-cultural (Unesco, 1980) se concluyó que "los flujos de información están influidos con mucha mayor fuerza y orientados primero por links históricos y culturales, incluyendo aquellos remanentes de los tiempos de la colonia, después por afinidades ideológicas, y finalmente por comunidad de intereses, más que por proximidad geográfica (...) Menos del 20% del espacio noticioso en los diarios Suramericanos, por ejemplo, está dedicado a Latinoamérica."

Este hallazgo resulta consistente con los orígenes de la prensa ya mencionados y constituye un referente interesante sobre el cual se puede contrastar el estudio que nos ocupa sobre la agenda de los medios.

En un ensayo contenido en el mismo informe se concluyó que en esa época "muchas de la información publicada en Latinoamérica es producida y procesada por las grandes agencias noticiosas transnacionales (...) UPI y AP solas proporcionan respectivamente el 39% y 21% de la información recibida por los principales diarios Latinoamericanos (...) El remanente lo cubren las grandes agencias Europeas, dejando solamente una parte insignificante del flujo de información para que lo cubran agencias del Tercer Mundo" (Reyes Mata, 1980, P. 43).

Reyes Mata interpreta lo descrito como una muestra de dependencia de la región, originada en una situación de precariedad económica general a la que no escapa el campo de la información. Grandes sucesos de la época recibieron un discreto cubrimiento de la prensa, a través de notas empacadas por agencias, porque los diarios no enviaron corresponsales para producir sus propias notas. "El desbalance de la información regional es dramático" (Reyes Mata, 1980, p.45). Para confirmar lo dicho, Reyes encontró en su investigación que las noticias provenientes de los países dominantes, como Estados Unidos, representaron alrededor del 20% del total y

también encontró sobre- abundancia de noticias sobre revoluciones, violencia y crímenes, mientras que las notas de la región en áreas como desarrollo, eventos culturales, ciencia y educación eran desestimadas. Como se mencionó, el estudio reseñado constituye un buen referente para la presente investigación, pues se podrá verificar si la tendencia se mantiene.

Por su parte, en el estudio *¿Qué es Noticia?* sobre las agendas de los medios en Colombia, los investigadores reconocieron la centralidad de los medios en la vida social contemporánea, de manera que sus agendas informativas resultaron importantes para la toma de decisiones ciudadanas y ayudaron a la conformación de una cultura de conversación común (Bonilla y Cadavid, 2004).

De otro lado, pasando de la investigación a la reportería de noticias, hay que decir que parece mantenerse la tendencia según la cual no se reportan muchas noticias *sobre* la realidad de América Latina en las notas que las agencias de prensa con sede en la región envían a sus abonados en todo el mundo. El ex presidente de Venezuela, Rafael Caldera, se refirió a este fenómeno hace más de dos décadas y sus palabras se mantienen vigentes hoy:

“tal vez la frase, ‘no news is good news’ habría que cambiarla por ‘good news is no news’ toda vez que sólo los incidentes deplorables, ya sean causados por la naturaleza o por la mano del hombre, reciben atención prominente en los medios de los Estados Unidos, poco o nada se menciona acerca de los logros científicos o literarios; poco o nada se dice acerca de los esfuerzos del hombre para dominar la naturaleza y ponerla al servicio de sus necesidades; poco se dice acerca de los logros sociales y la defensa acerca de los peligros que amenazan nuestra paz y desarrollo. Es mucho más fácil presentar a Latinoamérica como un vecindario desordenado y difícil” (Rafael Caldera, citado por Reyes Mata, 1980, p. 46)

Otros investigadores que han llevado a cabo estudios de la prensa en América Latina e indagado lo que se muestra de la región en la prensa de Estados Unidos, coinciden con el ex-presidente Caldera en que “no ha habido un compromiso entre los principales periódicos norteamericanos, con unas cuantas notables excepciones, a llevar a cabo un cubrimiento decente de Latino América” (Montalbano, 1985, p. 4).

En este mismo sentido, parece haber consenso entre los observadores de medios de la región en que los pocos reporteros que llegan a realizar su trabajo en territorio de América Latina basan su cubrimiento en las fuentes de información de sus respectivos países de origen, lo cual trae como consecuencia un cubrimiento parcializado. Como dice un reportero veterano, “aquellos de nosotros que trabajamos en Latinoamérica confiamos demasiado en fuentes americanas y las embajadas americanas (...) En muchos casos parecería que vamos y hablamos con gente con la que no deberíamos perder nuestro tiempo” (Montalbano, 1985, p. 6).

En suma, de la revisión del saber previo sobre la agenda noticiosa de los diarios de América Latina, se esbozan algunos rasgos distintivos: primero, la dependencia de las agencias de noticias, la tendencia a encontrar pocas noticias de los países con vecindad geográfica, la influencia política y económica en la selección de contenidos

y la selección de fuentes oficiales para contar la realidad. Resulta claro que, como ocurre en la selección de textos noticiosos en otras latitudes, las decisiones sobre lo que constituye o no noticia en América Latina conllevan una carga de subjetividad, en la cual no se pueden establecer patrones fijos ni fórmulas.

En este sentido, este estudio buscó identificar algunas tendencias que pudieran servir de base para una indagación más amplia sobre la agenda actual de los diarios de América Latina, describiendo las temáticas que compartimos como región a partir de las noticias que tienen cobertura prominente. Se trata de establecer si existen diferencias entre las decisiones de los editores de los diarios más representativos de 10 países para seleccionar las noticias de primera plana, de qué fuentes de información se sirven los periodistas para el cubrimiento informativo, sobre qué sujetos se habla en las noticias, cuál es el peso y el soporte de la información internacional, cómo se hacen visibles los conflictos sociales en los diarios y qué tan cerca está la agenda de los periodistas de la agenda de la opinión pública en la región. De acuerdo a lo anterior surge la pregunta, ¿cuál es la agenda informativa actual en los diarios de América Latina?.

Diseño Metodológico

Esta investigación es de carácter descriptiva y exploratoria, en cuanto ofrece una caracterización de las noticias publicadas en los periódicos para indagar qué se considera noticia actualmente en América Latina.

El estudio utiliza una metodología cuantitativa a través de la técnica de análisis de contenido para determinar los principales temas y sujetos que se hacen visibles a través de las informaciones de los medios estudiados. De acuerdo con expertos en investigación de medios "el análisis de contenido supone aplicar sistemáticamente unas reglas fijas previamente que sirvan para medir la frecuencia con que aparecen unos elementos de interés en el conjunto de una masa de información que hemos seleccionado para estudiar algunos de los aspectos que nos parecen útiles" (Berganza, María Rosa 2005, p. 213).

La información fue recopilada a través de un instrumento que contiene categorías alusivas a la agenda temática, origen de la información, ubicación en la primera página, soporte de la información, recursos visuales, comunicación por doble vía, fuentes de la información, presencia mediática y cubrimiento de conflictos. El análisis se realizó utilizando el programa estadístico SPSS.

Para el diseño metodológico se tomó como base una revisión de la literatura relacionada con objeto de estudio, se diseñaron y aplicaron los instrumentos, se recopiló y sistematizó la información, y se llevó a cabo una integración de los hallazgos con el saber previo y los resultados de Latinbarómetro.

El universo de la investigación estuvo conformado por todas las publicaciones digitales de los diarios de habla hispana en América Latina y a partir de allí se

decidió que el número de unidades de observación serían 340 publicaciones (Latin American Network Information Center, LANIC, 2007), de las cuales se eligieron 10 que cumplen con los siguientes requisitos y criterios: ser una publicación de circulación nacional, no ser una publicación especializada, poseer copia de la portada de la edición impresa y desarrollar en su interior los titulares de la portada impresa.

Esta selección tuvo cuidado de incluir un criterio geográfico que permitiera tener matutinos de los distintos lugares del continente, al tiempo que se usaron criterios cualitativos de expertos en el área de investigación en Comunicación Social de la Universidad del Norte de Barranquilla, como el desarrollo del país y representatividad del medio, entre otros.

Después del procedimiento de análisis multicriterio e intencionado, se determinó llevar a cabo el estudio en los diarios: La Crónica de México, El Clarín de Argentina, La Estrella de Panamá, El Tiempo de Colombia, El Mercurio de Chile, El Universal de Venezuela, El New Herald de la Florida, El Herald de Honduras, la Razón de Perú y La República de Uruguay. Las noticias contenidas en la primera página de cada uno de éstos constituyeron la unidad de análisis, por tanto fueron los sujetos de observación.

Para la escogencia de la muestra se construyó un diseño muestral intencionado por publicaciones, empleando la técnica de la semana compuesta durante 6 fechas, desde el 2 de abril hasta el 12 de mayo de 2007. La primera fecha para la investigación se escogió al azar, y de ahí en adelante se fue corriendo un día de cada semana hasta completar las seis semanas seleccionadas. Así, se tomó el 2 de abril (lunes), 10 de abril (Martes), 18 de abril (Miércoles), 26 de abril (Jueves), 4 de mayo (Viernes) y 12 de mayo (Sábado), hasta completar un día de cada periódico durante 6 semanas.

En concordancia con lo anterior, la unidad de análisis de esta investigación la constituyeron las noticias de primera plana de los matutinos. Se encontraron entre 6 y 12 noticias en promedio en cada portada. A partir de esa selección inicial, se verificó que los textos cumplieran los requisitos mínimos de la deontología de la práctica periodística: tener como objetivo informar a una audiencia heterogénea, generar interés público, contener al menos un titular y un párrafo inicial y responder a los interrogantes básicos del periodismo, entre otros. A partir de la satisfacción de estos criterios, la selección se redujo a 500 textos, a los cuales se les aplicó el instrumento.

El instrumento fue el formulario que aparece en la información anexa al presente documento, con la denominación "Análisis del Cubrimiento Noticioso en la Primera Página de Los Periódicos On Line de América Latina – Barranquilla Abril a Junio de 2007" (Ver Anexo 2).

Siguiendo con los parámetros de la investigación cuantitativa, se procedió a la aplicación de una prueba piloto del instrumento con tres estudiantes senior de los programas de Relaciones Internacionales y Comunicación Social de la Universidad del Norte, quienes se encargaron de la aplicación de los instrumentos. La

experiencia permitió definir las categorías finalmente empleadas en el formato y consolidar sus significados dentro del proceso.

Para la recolección de los datos se utilizó la observación directa de la unidad de análisis por parte de los estudiantes que fueron entrenados como codificadores y asignados a esta tarea. Para el registro de la información se implementó el instrumento que aparece como Anexo 1.

La validación de la investigación fue realizada por tres estudiantes senior, de la siguiente manera: Se tomaron uno por uno los 500 cuestionarios diligenciados y se verificó que la información de cada campo coincidiera con la contenida en la unidad de análisis.

Una vez satisfechos con el contenido, se procedió a probar la consistencia de la información obtenida del mismo. Así, los tres codificadores volvieron a diligenciar el 10% de las noticias, escogidas de manera aleatoria. Se hizo entonces una prueba de acuerdo entre los tres codificadores, para comparar los resultados de codificación obtenidos.

Se utilizó el índice Scott's Pi, (LOMBARD, M. SNYDER-DUCH, J. y CAMPANELLA, C., 2005) ampliamente difundido en los estudios de comunicación social, para hallar el grado de confiabilidad entre codificadores. De esta forma, los tres codificadores en forma independiente evaluaron las características del 10% de los mensajes para conocer en qué medida se pudieron llegar a la mismas decisiones de codificación. El Pi descuenta el nivel de 'acuerdo observado' con el nivel de 'acuerdo esperado'. Derivaciones muestran que la fórmula desestima el grado de acuerdo cuando la característica que se examina está raramente presente, por ejemplo, cuando está ausente de la data en el 85% o más de los casos examinados (American Sociological Association, 2004).

En el caso de la validación que nos ocupa, los codificadores obtuvieron un coeficiente Scott's Pi global de un 92% de acuerdo promedio por pregunta, a partir de un nivel de confianza del 95%.(Ver Anexo 3)

El análisis cuantitativo de los resultados se elaboró usando los paquetes estadísticos SPSS y Stast Direct. Con el primero se obtuvieron los análisis de distribución de frecuencia y las medidas de dispersión general y por estratos. Con el segundo se obtuvieron otras medidas estadísticas adicionales.

Se determinó realizar un análisis parcial de los hallazgos sobre la agenda de los medios en cada periódico, para luego elaborar un consolidado con la mirada global del fenómeno. Estos resultados se contrastaron con el informe de la Corporación Latinbarómetro 2006, que realizó entrevistas cara a cara en 18 países, para indagar qué tan cerca estuvo la agenda de los medios con la agenda de la gente. Posteriormente se procedió a la elaboración del informe final.

Resultados

Esta sección describirá los principales hallazgos del análisis de contenido de los periódicos. Reportaremos primero la agenda temática de los diarios, luego el origen y soporte de las informaciones, la utilización de recursos visuales y la decisión de promover la comunicación de doble vía con la audiencia, que resulta una de las ventajas más apreciadas de la red Internet.

Posteriormente daremos cuenta de los actores sociales presentes en los textos, en términos de fuentes de información utilizadas por los periodistas para narrar la realidad, y actores sociales de los cuales se habla en las noticias.

Finalmente daremos una mirada especial al tratamiento de los conflictos sociales en los diarios porque en el pasado algunos estudios académicos concluyeron que buena parte de lo que se reportaba al mundo de América Latina tenía un cariz negativo, en especial a partir de la narración cotidiana de conflictos sociales tanto en los diarios de la región como en los extranjeros.

Agenda Temática/ Informativa

Categoría	Frecuencia	%
Política	133	23,05%
Conflictos Sociales/Criminalidad	103	17,85%
Economía y negocios	78	13,52%
Ciudad	50	8,67%
Deportes	37	6,41%
Arte/Farándula	37	6,41%
Salud	26	4,51%
Medio Ambiente	20	3,47%
Religión	19	3,29%
Avances en Ciencia y Tecnología	17	2,95%
Educación	14	2,43%
Familia/Infancia	14	2,43%
Transporte	12	2,08%
Desastres Naturales	11	1,91%
Agricultura	3	0,52%
<i>Missings (No contados)</i>	3	0,52%
Total	577	100%

Cuadro 1

Como lo muestra el cuadro No. 1, el análisis del contenido mostró una tendencia marcada en la agenda temática de la primera plana de los diarios a presentar noticias *Políticas* con un 23,05%, le siguen en su orden las noticias de *Conflictos Sociales/Criminalidad* con 17,85%, *Economía y Negocios* con un 13,52%, y las noticias referentes de *Ciudad* con 8,67%.

Por otra parte, ocupan un 6,41% del total los temas relacionados con *Deportes* y *Arte/Farándula*, seguidos por las noticias que se relacionan con *Salud*, con 4.51%; el *Medio Ambiente*, en un 3,47% de las frecuencias, y *Religión* con 3,29%.

Otras categorías que tuvieron una representación menor al 3% de la muestra fueron: *Avances en Ciencia y Tecnología*, *Educación*, *Familia/Infancia*, *Transporte*, *Desastres Naturales* y *Agricultura*.

Origen de la Información

Categoría	Frecuencia	%
Nacional	374	74,8%
Internacional	124	24,8%
<i>Missings (No contados)</i>	2	0,40%
Total	500	100%

Cuadro 2

A partir del análisis de la primeras planas de los periódicos incluidos en el estudio se pudo determinar que un 74,8% de las informaciones trataron temas de carácter nacional y un 24,8% se ocuparon de noticias de carácter internacional.

Soporte de la Información

Categoría	Frecuencia	%
Periodista de planta	224	44,8%
No aparece	115	23,0%
Corresponsal	70	14,0%
Agencia de Prensa	64	12,8%
Otras Fuentes	17	3,4%
<i>Missings (No contados)</i>	10	2,0%
Total	500	100%

Cuadro 3

Los resultados que se resumen el cuadro 3 muestran que en un 44,8% de las noticias se pudo identificar un *Periodista o periodistas de planta* como los autores, brindando pleno soporte a la información desarrollada. Sin embargo, en un 23% del total de textos *No aparece* como sujeto emisor de la noticia presentada. Por otra parte, se encontraron en menor medida noticias construidas por *Corresponsales* de los mismos diarios, con un 14%; comunicados de *Agencias de Prensa*, con un 12,8% y con un 3,4% noticias soportadas por *Otras Fuentes* distintas a las anteriormente citadas.

Utilización de Recursos Visuales

Recursos Visuales	Frecuencia	%
Foto al interior de la noticia	203	40,6%
Foto en la primera página	193	38,6%
No aparecen	77	15,4%
Otras ayudas visuales	23	4,6%
<i>Missings (No contados)</i>	4	0,80%
Total	500	100%

Cuadro 4

Se pudo determinar que para las noticias seleccionadas dentro de la muestra predominó la *Fotografía en el interior de la noticia* 40,6% y la *Fotografía en la primera página* 38,6% como los recursos o ayudas visuales más utilizados. Un 15,40% de los textos *No Aparecen* ayudas visuales y en menor medida se encontraron noticias con *Otras ayudas visuales* 4,6%

Promoción de la Comunicación por Doble Vía.

Categoría	Frecuencia	%
No	311	62,2%
Si	186	37,2%
<i>Missings (No contados)</i>	3	0,6%
Total	500	100%

Cuadro 5

El análisis de las noticias correspondientes a la muestra seleccionada mostró que en un 62,20% *No* se registró la presencia de un medio de comunicación de doble vía con el lector. Sólo en un 37,20% de los casos, las ediciones digitales de los diarios *Si* le permitieron al lector interactuar con los productores de noticias y manifestar sus comentarios y opiniones respecto a la información presentada por el diario.

Forma de Comunicación de Doble Vía.

Categoría	Frecuencia	%
E-mail	104	55,91%
Foro	61	32,80%
Otras	21	11,29%
Total	186	100%

Cuadro 6

Dentro del grupo de noticias que registraron alguna forma de comunicación de doble vía, predominó el correo electrónico, *E-mail*, con un 55,91% de las frecuencias. Por otra parte, con un porcentaje de 32,8% los medios de comunicación utilizaron el *Foro* para tener la retroalimentación de su audiencia. Finalmente, la utilización de *Otras* formas de comunicación por doble vía obtuvieron una frecuencia equivalente al 11,29%.

Fuentes de la Información: Quién Habla?.

Categoría	Frecuencia	%
Gobierno/Servidores públicos	235	35,82%
Académicos/Especialistas	81	12,35%
Narración directa periodista	56	8,54%
Víctimas testigos	45	6,86%
Empresas privadas	44	6,71%
Otras	35	5,34%
Fuerza Pública	33	5,03%
Org. o Movimientos sociales	25	3,81%
Celebridades	23	3,51%
Iglesias	19	2,90%
Deportistas	18	2,74%
Sindicatos	14	2,13%
Parientes/Allegados	10	1,52%
Grupos ilegales	6	0,91%
Partidos políticos	5	0,76%
Jóvenes	4	0,61%
Niños	1	0,15%
Tercera Edad	1	0,15%
Campesinos	1	0,15%
Total	656	100%

Cuadro 7

Como generador o fuente del contenido de las noticias analizadas el *Gobierno y los Servidores Públicos* ocuparon el primer lugar por un amplio margen, al alcanzar 32,82% del total de la muestra con una diferencia de alrededor de 23 puntos porcentuales de la segunda fuente de información para los periodistas que fueron *Académicos y Especialistas* con 12,35% y *Narración directa de los propios Periodistas* con un 8,54%.

En el rango comprendido entre el 5% y 10% de las frecuencias, se registraron las siguientes categorías *Víctimas y Testigos* (6,86%), *Empresas privadas* (6,71%), *Otras fuentes* como organizaciones internacionales, encuestas de opinión o estadísticas (5,34%) y *Fuerza Pública* (5,03%).

Le siguen con porcentajes inferiores al 5% *Organizaciones y movimientos sociales* (3,81%), *Celebridades* (3,51%), *Iglesias* (2,90%), *Deportistas* (2,74%), *Sindicatos*

(2,13%), *Parientes y Allegados* de las víctimas (1,52%) y *Grupos Ilegales* (0,91%). Finalmente, aparecieron con una representación mínima (menor al 1%) las siguientes categorías: *Partidos Políticos, Jóvenes, Niños, Tercera Edad y Campesinos*.

Presencia Mediática: ¿De quién se habla?.

Categoría	Frecuencia	%
Gobierno/Servidores públicos	232	31,44%
Víctimas testigos	63	8,54%
Empresas privadas	51	6,91%
Académicos/Especialistas	47	6,37%
Otros	45	6,10%
Fuerza Pública	37	5,01%
Deportistas	36	4,88%
Celebridades	34	4,61%
Org. o Movimientos sociales	34	4,61%
Partidos políticos	28	3,79%
Grupos ilegales	25	3,39%
Jóvenes	23	3,12%
Sindicatos	21	2,85%
Iglesias	17	2,30%
Parientes/Allegados	17	2,30%
Niños	13	1,76%
Minorías étnicas	4	0,54%
Tercera Edad	3	0,41%
Campesinos	3	0,41%
Minorías sexuales	2	0,27%
<i>Missings (No contados)</i>	3	0,41%
Total	738	100,00%

Cuadro 8

En cuanto a la presencia mediática, en el desarrollo de la investigación se pudo determinar que la mayor visibilidad la tuvieron también los *Funcionarios del Gobierno o los Servidores Públicos* con un 31,44%, con un amplio margen de diferencia -alrededor de 23 puntos porcentuales- con la categoría que ocupa el segundo lugar en frecuencia de apariciones: *Víctimas y Testigos* con un 8,54%. Le siguen las *Empresas Privadas* con un 6,91%, los *Académicos y Especialistas* con 6,37% , *Otros actores* institucionales con 6,10% y la *Fuerza Pública* con 5,01%.

Por debajo del 5% encontramos las categorías: *Deportistas* (4,88%), *Celebridades* (4,61%), *Organizaciones y Movimientos Sociales* (4,61%), *Partidos políticos* (3,79%), *Grupos Ilegales* (3,39%), *Jóvenes* (3,12%), *Sindicatos* (2,85%), *Iglesias* (2,30%), *Parientes y Allegados* (2,30%) y *Niños* (1,76%).

Finalmente aparecieron con una representación mínima -menor al 1%- las siguientes categorías: *Minorías étnicas, Tercera Edad, Campesinos y Minorías sexuales*.

Además, en un 0,41% de las noticias revisadas no se pudo identificar con claridad la presencia mediática (*Missings*).

Cubrimiento de Conflictos Sociales: Clasificación de los Conflictos

Categoría	Frecuencia	%
Tensiones internas/Disturbios interiores	71	68,93%
Diferencias no violentas entre particulares	17	16,50%
Conflicto Armado	15	14,56%
Total	103	100%

Cuadro 9

En relación con el Cubrimiento de Conflictos Sociales que presentaron los medios ante sus audiencias, se hizo una clasificación de los conflictos a la luz del Derecho Internacional Humanitario, que arrojó los siguientes resultados. Un 68,93% de los discursos reportaron Tensiones internas/Disturbios interiores, en los 10 países de América Latina en donde se llevó a cabo el estudio, mientras que las *Diferencias no violentas entre particulares* que se hicieron visibles alcanzaron un 16,50% del total. El porcentaje restante, un 14,56% de las notas, estuvieron relacionadas con *Conflictos Armados*, en una categoría que se desagrega a continuación.

Cubrimiento de Conflictos Sociales: Tipo de Conflicto Armado

Categoría	Frecuencia	%
Conflicto Armado Internacional	9	60 %
Conflicto No internacional/Interno	6	40 %
Total	15	100 %

Cuadro 10

Dentro de los conflictos armados los de mayor frecuencia de aparición en los reportes de la prensa fueron los *Conflictos Armados Internacionales*, con un 60 %, le siguen los *Conflictos no Internacionales o internos* con 40 % .

Cubrimiento de Conflictos Sociales: Tipo de Diferencias no violentas entre Particulares

Categoría	Frecuencia	%
Diferencias Políticas	4	23,53%
Diferencias Laborales	3	17,65%
Diferencias Económicas	3	17,65%
Diferencias entre Gobiernos	3	17,65%
Otras diferencias sociales	4	23,53%
Total	17	100%

Cuadro 11

Al dar cuenta del Tipo de Diferencias no violentas entre particulares se encontró que la categoría de mayor frecuencia de aparición fue: *Diferencias Políticas* con un 23,53% seguidas por tres categorías con un 17,65% así: *Conflictos Laborales*, *Diferencias Económicas*, *Diferencias entre Gobiernos*. Posteriormente se reportaron *Otras diferencias sociales*, que incluyó el reporte de dos casos de censura y otras inconformidades sociales, como denuncias de violencia estructural por parte de los ciudadanos.

Cubrimiento de Conflictos Sociales: Tipo de Tensiones internas / Disturbios interiores

Categoría	Frecuencia	%
Criminalidad	54	76,06%
Disturbios/Motines/Protestas	17	23,94%
Total	71	100,00%

Cuadro 12

Dentro de la clasificación, Tipo de Tensiones internas / Disturbios interiores se encontró que la categoría de mayor frecuencia de aparición fue: *Criminalidad local* 76,06% seguida por 23,94% correspondiente a *Disturbios/Motines/Protestas*.

AGENDA TEMÁTICA
Numero de caracteres promedio.

Categoría	Media
Agricultura	1071
Arte	676
Ciudad	539
Avances en ciencia y Tecnología	570
Conflictos Sociales/Criminalidad	734
Desastres Naturales	710
Economía y negocios	783
Educación	506
Medio Ambiente	580
Familia Infancia	466
Salud	614
Política	678
Religión	754
Deportes	678
Transporte	566
Promedio	661,7

Discusión

Esta discusión apunta a determinar cuáles de los hallazgos de la presente investigación confirman tendencias establecidas en torno a la agenda de los diarios de América Latina o se alejan de las mismas, mostrando nuevas perspectivas en el cubrimiento informativo en la región.

En cuanto a los rasgos generales que se mantienen, hay que decir que en esta investigación la agenda de los diarios se centró principalmente en la política. El hallazgo se equipara con el de un estudio sobre las Estructuras de las Noticias Internacionales, desarrollado por UNESCO en 1982, en el cual se compararon periódicos del Primer y del Tercer Mundo (UNESCO, 1982, citado por Van Dijk, 1988). Así, las noticias acerca de actos, declaraciones o intervenciones de Hugo Chávez, Néstor Kirchner, Michelle Bachelet, Álvaro Uribe, George Bush, Felipe Calderón y su gabinete –por ejemplo- dominaron la agenda informativa de la primera plana de los diarios de América Latina registrada en este estudio.

En contraste, las notas presentaron pocas intervenciones de miembros de la rama legislativa de los países en torno a su actividad parlamentaria. En su lugar, los relatos incluyeron numerosas intervenciones de los miembros de las cámaras alta y baja entregando declaraciones en torno al trabajo del gobierno –por lo general

críticas negativas- en respuesta a su rol de integrantes de la oposición. *"La Otra Visión. Senador Baraibar asegura que apoyo a (Tabaré) Vázquez responde a que se recuperó la línea de Conducción"*, sería un ejemplo de lo dicho.

El protagonismo de la información política resulta hasta cierto punto predecible, porque ésta se ocupa de asuntos que nos competen a todos. También se explica a partir de la deontología de la práctica periodística, toda vez que los medios de comunicación destinan periodistas en forma permanente en las oficinas públicas, lo que les permite recibir comunicados de prensa en forma permanente, cubrir cualquier noticia que se produzca allí y entrevistar a los funcionarios públicos. Las rutinas descritas facilitan sin duda su labor, de manera que esos contenidos tienen mayor posibilidad de ser visibles en los medios.

En efecto, los hallazgos de este estudio parecen reforzar una práctica generalizada en el cubrimiento noticioso que se resume en las palabras de un editor brasileño, "todos nosotros hemos sido educados profesionalmente de acuerdo con la idea que el gobierno es la principal fuente de información, que todo lo que ocurre dentro del él es importante... Esa es la versión periodística de la ley del menor esfuerzo. Es más rápido y más fácil practicar periodismo basados en el mundo gubernamental que poniendo énfasis en lo que está ocurriendo en la sociedad" (Waisbord, citado por Schudson, 2003, p. 134).

El centrar la atención de las noticias de Latinoamérica en la política parece ser una tendencia arraigada en la tradición de los diarios de la región, y encontrada en variados estudios (Fox, 1998). El resultado de este análisis reafirma la concepción de la rutina periodística que muestra a los políticos y servidores públicos como actores predominantes en las noticias; en este sentido, la prensa no estaría siendo neutral, ni tampoco parecería estar en defensa de los derechos de los ciudadanos como lo indican enfoques de gran aceptación como el Periodismo Investigativo y el Modelo de Movilización. En este mismo sentido, la postura crítica fundamentada en argumentos intelectuales parece continuar marginada de los textos de los diarios.

A diferencia de lo anterior, otros reportes académicos (Shoemaker y Cohen, 2006), dan cuenta que en otras latitudes encabezan la lista de temáticas frecuentes los deportes y los eventos culturales. Este es el caso de indagaciones recientes sobre tópicos prioritarios en el siguiente grupo de países del mundo: Australia, China, Chile, Alemania, India, Israel, Jordania, Rusia, Sudáfrica y E.U.

Por otra parte, este estudio encontró que los diarios de la región centran la atención en los Conflictos Sociales en segundo lugar y en la Economía como tercera frecuencia. En algunos estudios sobre valores noticiosos (Price, Tewksbury y Powers, 1997) se ha encontrado una relación muy cercana entre política y conflictos. En efecto, muchos encuadres de las noticias que tienen que ver con política incluyen conflictos, porque los ángulos con que se hacen visibles las informaciones de este tipo dan cuenta de las posiciones antagónicas de los actores sociales que fungen de candidatos en las contiendas electorales o que constituyen la élite en el poder.

Estudios sobre las noticias internacionales dan cuenta de que la política, los asuntos económicos y los que tienen que ver con los conflictos que registran intervención de militares, incluyendo las guerras y guerras civiles, están en la prioridad de la agenda periodística (Van Dijk, 1988). Esta sobre valoración de lo negativo en la Primera Plana de la agenda mediática ha preocupado a los académicos, quienes han comprobado que la excesiva cobertura de noticias que tienen que ver con crímenes y violencia -como asesinato y violaciones- tienen un impacto directo y significativo en el comportamiento de la audiencia (Mc Combs, 2002; Reyes Matta, 1980; Newhagen, 1992). Mientras tanto, permanece una sub valoración de las noticias que tienen que ver con desarrollo social, eventos culturales y educación.

Lo anterior, sugiere la idea que la prioridad del cubrimiento de medios en América Latina corresponde a las tendencias del resto del mundo y se ha mantenido en forma más o menos consistente en las últimas dos décadas. En el estudio mencionado de Van Dijk (1988), los asuntos de interés humano, los crímenes y los desastres, siguen en el listado de tópicos con cobertura prominente. El titular "*Familia Fallecida por Monóxido de Carbono Soñaba con Casa Propia*", da cuenta de lo afirmado.

Este estudio quiso dedicar una atención especial a los conflictos sociales, que ocupó el segundo lugar en la frecuencia de aparición en la primera plana de los diarios, toda vez que suelen resultar la consecuencia natural de los cambios políticos y sociales y en la región ha habido muchos, por la tendencia hacia la izquierda que han tenido varios países. Se buscó indagar sobre la naturaleza de los conflictos que se hicieron visibles en la prensa y comprobar en cuántos casos, los diarios dieron cuenta de la utilización de la violencia para resolver las diferencias.

En la presente investigación se encontraron numerosas referencias a crímenes y robos puntuales, así como a la descripción generalizada de la preocupación ciudadana respecto a la delincuencia en la región. "*En Carabobo han asesinado a 441 personas en 2007*"; "*Tres heridos son Policías que Evitaron un asalto*" y "*Lágrimas, Rabia y Estupor por la Matanza de Virginia Tech*", son ejemplos de lo dicho.

Conflictos sociales más profundos y de vieja data, también estuvieron presentes, como en el siguiente titular de El Clarín de Argentina, el 26 de Abril 2007: "*Causas por violaciones a los Derechos Humanos durante la Dictadura*" y "*Basta ya de Violencia, gritan en marcha*" de El Heraldo de Honduras, con un par de días de diferencia, el 28 de Abril de 2007.

Mucho se ha escrito sobre *la contribución de los medios en la creación de un imaginario de miedo y desesperanza dentro de la sociedad, por cuenta del reporte continuo -y muchas veces amplificado- de conflictos sociales, sobre todo de naturaleza violenta. En este estudio se encontró un titular que explica mejor que mil palabras esta idea: "El 94% de la Población de Lima y un 58% a Nivel Nacional se sienten desprotegidos"* (La Razón de Lima, 10 de Abril de 2007).

Por su parte, que los diarios se hayan centrado en la información económica en tercer lugar, reafirma también la centralidad de ésta en la vida pública de la región y la coincidencia entre la agenda de los medios y la agenda de la gente, uno de los ideales del trabajo periodístico. América Latina en su conjunto pasa por un buen momento económico que se ve reflejado en los indicadores de crecimiento del Producto Interno Bruto de la mayoría de los países. La percepción que tiene la audiencia sobre los indicadores económicos coincide con las cifras.

Según Latinbarómetro, uno de cada tres habitantes de América Latina piensa que la actual situación económica del país es mejor que la del año pasado y una proporción similar, el 35%, piensa que su situación económica personal y la de su familia es mucho mejor/mejor que la del año anterior (Latinbarómetro, 2006). "*Lula llegó con propuestas sobre Energía e Integración*" y "*Chile es el país más atractivo de América Latina para invertir en Infraestructura*", publicados por El Mercurio de Chile, podrían ser algunos de los titulares que dan cuenta de la coincidencia entre las agendas de la prensa y de las audiencias.

Para reafirmar la coincidencia anterior, los problemas más importantes para la gente tienen que ver con política y economía. De acuerdo con Latinbarómetro, en promedio, el problema más importante de la región es el desempleo (24%) seguido por la delincuencia (16%). Los países donde el público consideró el desempleo como su problema más importante fueron Panamá, Uruguay, Nicaragua, Perú, Paraguay, Ecuador, Brasil y México, mientras que en El Salvador, Venezuela, Guatemala, Honduras y Argentina, la preocupación más grande fue la delincuencia.

En otros cinco países –Bolivia, Chile, República Dominicana, Colombia y Costa Rica– las preocupaciones de la gente tenían que ver con una combinación de temas económicos y públicos como desempleo y pobreza, desempleo y delincuencia, violencia política y delincuencia e inflación (Latinbarómetro, 2006).

Por otro lado, al detenernos en los hallazgos sobre las fuentes de información que utilizan los periodistas en la primera plana de los diarios, nos encontramos que aparecen el gobierno y los servidores públicos ocupando la mayoría de las frecuencias. El número de palabras que utilizaron para aparecer en los textos reafirma su centralidad en los discursos de la primera plana de los diarios de América Latina, así, los integrantes de los partidos políticos se expresaron utilizando 1083 palabras en promedio. Otros actores tuvieron la siguiente participación: los jóvenes, un promedio de 878 palabras; las celebridades, 792; el gobierno y los servidores públicos, 707 palabras.

De igual forma, en la presencia mediática, que mide de quién se habla en los textos de primera página, se encontró que estos actores también ocupan el primer lugar, lo cual muestra una tendencia muy marcada a que los discursos de prensa amplifiquen las voces de quienes tienen más poder. McCombs (2002) señaló que el destacar objetos en los medios masivos está unido a la formación de opiniones en la audiencia. En este sentido la importancia creciente de las figuras públicas en las noticias lleva a que la gente abandone una posición neutral y se forme una opinión acerca de esas personas. "*Bachelet reafirma postura chilena ante demanda marítima*

de Perú”, de La Razón de Lima. “*Lula llama a Bush a apoyar integración*”, de El Universal de Venezuela, son algunos de los titulares que dan cuenta de esa tendencia.

De acuerdo a lo anterior, contraviniendo el espíritu de especialidades de la profesión como el periodismo cívico o comunitario, en el que se hace un esfuerzo mayor por acercar la agenda de los medios a las temáticas que interesan a los ciudadanos, el discurso actual de los diarios latinoamericanos estudiados se aleja del ideal de constituirse en una narración polifónica. Por las mismas razones, tampoco desarrolla su potencial en el fortalecimiento de la democracia y el tejido social, fomentando su participación activa en la construcción de su proyecto de nación.

Por otra parte, preocupa la escasa independencia investigativa de los medios que se evidencia en estas cifras, toda vez que los contenidos se construyen en forma prominente con los insumos que suministran los actores institucionales. En este sentido, parecería ser que la agenda de los medios se le está escapando de las manos a los periodistas y tampoco le pertenece a los ciudadanos. Parece que el control se está cediendo a los políticos, gobernantes en ejercicio, asesores de imagen y otras fuentes institucionales.

En un estudio sobre el impacto de los encuadres de las noticias sobre las respuestas cognitivas de los lectores, los autores advierten sobre el peligro que encierran este tipo de decisiones sobre la audiencia, toda vez que puede lograr una visión tal vez distorsionada sobre el clima político (Price et al., 1997).

Otra anotación importante consiste en observar que en la primera página de los diarios hablan las víctimas y testigos, después del gobierno y otros actores institucionales. Este hallazgo se repite en otros estudios de la prensa en América Latina (Barrios, 2000; Ronderos y Moreno, 2007), en donde se ha encontrado que existe la tendencia por parte de los medios informativos, de endilgarles a los ciudadanos un rol pasivo, de sujetos quejumbrosos, que dejan su destino en manos de sujetos y factores externos, en lugar de tomar parte activa y positiva en la construcción del mismo.

Uno de los más importantes hallazgos obtenidos en el presente estudio se desprende de la evidencia empírica referente al soporte de la información. Los resultados muestran que en casi la mitad de las noticias se pudo identificar un periodista o periodistas de planta como los autores. Lo anterior pone de relieve una independencia afortunada de la prensa Latinoamérica de las agencias de prensa internacionales. Los hallazgos de estudios de un cuarto de siglo atrás dan cuenta de la situación inversa: una dependencia muy marcada de agencias norteamericanas, Europeas y otras fuentes fuera de la región (Reyes Mata, 1980; Montalbano, 1985). Esta ruptura resulta altamente positiva tanto para el crecimiento del periodismo como disciplina, como para la audiencia de medios en la región, que puede tener una información más contextual de lo que ocurre en su entorno al estar siendo construida por comunicadores locales.

Siguiendo la tendencia de los periódicos modernos, la utilización de los recursos visuales sigue siendo un recurso clave para llamar la atención de los lectores y mejorar su comprensión sobre la realidad que se describe en las noticias. Como componentes visuales en los periódicos se incluyen fotografías, cuadros, gráficos, tablas, figuras, caricaturas, dibujos, mapas, logos o cualquier otro elemento gráfico (Shoemaker y Cohen, 2006).

Muchas veces, la intencionalidad del discurso –la subjetividad del comunicador- y el impacto de la noticia -su efecto, su recordación entre la audiencia- se hace más fuerte debido al apoyo visual. “Una fotografía muy desviada, tal como una de cadáveres después de un terremoto o tsunami, puede darle al lector una impresión mucho más fuerte que las solas palabras, ocasionando tal vez que el lector interprete el asunto como si fuera más desviado que si hubiera aparecido sin fotografía” (Shoemaker y Cohen, 2006, p. 49).

Estudios sobre el impacto de las imágenes televisivas sobre el público han reafirmado la sabiduría popular en el sentido que “una imagen vale más que mil palabras”. Han concluido que estas imágenes afectan tanto la calidad como la cantidad de lo que se almacena en la memoria, en formas que difieren de la información verbal. Las imágenes negativas, por ejemplo, inhiben la recordación del material que lo precede e enriquecen el recuerdo del material que les sigue (Newhagen y Reeves, 1992).

En el estudio que nos ocupa, los productores de noticias latinoamericanas, decidieron complementar los textos con recursos visuales en el 40 por ciento de las ocasiones, tanto en la primera página como en las interiores.

Por otra parte, se encontró una baja utilización de los recursos de participación ciudadana que brindan las nuevas tecnologías, lo cual resulta llamativo y lamentable. En un más de la mitad de los casos no se registró la presencia de una herramienta virtual de comunicación de doble vía con el lector, a pesar de tratarse de las ediciones digitales de los diarios, que podrían permitir al lector interactuar con los productores de noticias y manifestar sus comentarios y opiniones. A este hallazgo merecería hacerse un seguimiento más detallado, aunque en entrevistas informales con editores de noticias, algunos han manifestado su inconformidad y malestar por la cantidad de tiempo que emplean filtrando los mensajes inadecuados que los cibernautas envían a los medios.

El resultado de algunas investigaciones sobre los criterios que influyen en la decisión de que un evento se constituya o no en noticia permite concluir que a pesar de las diferencias que se presentan -en el contexto geográfico, el idioma, el sistema político, la religión, la cultura y el tamaño de la población de los países- no hay una distancia significativa entre las decisiones de los productores de información en todo el globo (Shoemaker y Cohen, 2006).

Los hallazgos de esta investigación en el contexto latinoamericano reforzarían la idea que el tópico sí nos permite predecir que un determinado evento tendrá visibilidad en los diarios y otros medios informativos, como afirman los teóricos que

conceptúan que los medios tienen una fuerte influencia sobre las audiencias. En este orden de ideas las informaciones políticas y de economía y negocios, junto con las de deportes y cultura, encabezan la agenda informativa mundial en prensa, radio y televisión.

Así, en este estudio de las noticias de primera plana de diez países de América Latina, se confirmó la tendencia según la cual las diferencias geográficas y culturales tienen poca importancia, frente al criterio generalizado de preferir unas temáticas de la realidad sobre otras. Siguen predominando los contenidos que tienen que ver con los asuntos públicos tratados desde la perspectiva de políticos en ejercicio, gobernantes y otros actores sociales que constituyen la élite en el poder, muy a pesar de no ser este 2007 un año de elecciones presidenciales en el continente, como sí lo fue 2006.

Después de haber revisado la agenda de los diarios queda una agenda investigativa amplia y atractiva. Algunas de las tareas incluyen ampliar la muestra objeto de estudio, hacerle seguimiento a las diferencias y semejanzas individuales de los países, seguir profundizando en los valores que definen el criterio de selección noticiosa en esta parte del mundo, y hacer estudios comparativos que permitan enriquecer el conocimiento que poseemos sobre estas noticias nuestras.

Bibliografía

- American Psychology Association (2004). *Publication Manual APA, 5ª ed.*
- Barrios, M. (2000). Violencia y Paz en los Discursos de la Prensa. *Revista Investigación y Desarrollo No. 11.*
- Berganza, M. y Ruiz San Roman, J. (2005). *Investigar en Comunicación. Madrid: Mc Graw Hill.*
- Berger, P. y Lukmann, T. (1998). *La Construcción Social de la Realidad. Buenos Aires: Amorrortu.*
- Bonilla, J. y Cadavid, A. (2004). *¿Qué es Noticia? Agendas, Periodistas y Ciudadanos. Bogotá: Universidad Javeriana.*
- Bryant, J. y Zillmann, D. (1996). *Los Efectos de los Medios de Comunicación. Barcelona: Paidós.*
- Comisión Económica para América Latina CEPAL (2006). *Latin America and the Caribbean Projections 2006-2007. Estudios Estadísticos y Prospectivos Series, No 42. April, 2006. 59 pp.*

- Datexco (2007). Opinómetro Latinoamericano: Una Mirada a la Política Exterior Latinoamericana (U.S.A. en Latinoamérica)
http://datcoes.datexco.net/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=99
- Fox, E. (1998). En: International Media Research: Critical Survey. Schlesinger, Philip, Editor. Routledge.
- Gill, J., Arroyave, J., Soruco, G. (2006). Covering Chavez in U.S. Media: How Elite Newspaper Reports a Controversial International Figure. *Barranquilla: Revista Investigación y Desarrollo*.
- Gómez, S. (2006). Bush se queda cada día más solo en una América Latina Izquierdizada. *El Tiempo, domingo 31 de diciembre de 2006. Pg. 14*.
- Gómez, S. (2007). Irán, cortina de humo por yerro en Irak. *El Tiempo, domingo 18 de febrero de 2007. Pg. 1-16*.
- Gomis, L. (1997). Teoría del Periodismo. Cómo se forma el presente. Barcelona, Paidós.
- Habermas, J. (1994). Historia y Crítica de la Opinión Pública. Barcelona: G. Gili.
- Harcup, T. y O'Neill, D. (2001). What is News? Galtung y Ruge Revisited. *Journalism Studies, Volume 2, Number 2, p. 261-280*.
- Haugaard, L. (2007). Latin America News y Views. An occasional series of viewpoints from Latin America. Tomado de
http://www.lawg.org/docs/lanv_pew_global_attitudes.pdf
- Iyengar, S. y Adam, S. (1993). News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion: A Study of Agenda Setting, Priming and Framing. *Communication Research No. 20*.
- Iyengar, S. y Kinder, D. (1987). News that Matters. *Chicago: University of Chicago Press*.
- Kishan Thussu, D. (2006). International Communication. *Continuity and Change. London: Hodder*.
- Latin American Network Information Center, LANIC, (2007).
http://convention.allacademic.com/asa2004/view_paper_info.html?pub_id=2721&part_id1=24782
- Lombard, M. Snyder-Duch, J. y Campanella, C. (2005). *Practical Resources for Assessing and Reporting Intercoder Reliability in Content Analysis Research Projects* <http://www.temple.edu/sct/mmc/reliability/>

- Lucca, N. y Berríos, R. (2003). Investigación Cualitativa en Educación y Ciencias Sociales. *San Juan: Publicaciones Puertorriqueñas Editores.*
- Mc Combs, M. y Shaw, D. (1972). The Agenda Setting Function of the Mass Media. *Public Opinion Quarterly. No. 36. P. 176-187.*
- Mc Combs, M. (1995). La influencia de las Noticias sobre Nuestras Imágenes del Mundo. Ponencia presentada en la Conferencia sobre Nuevas Tendencias en Comunicación. Roma: Italia.
- Mc Combs, M., Shaw, D. y Weaver, D. (1997). Communication and Democracy. *Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda Setting Theory. New Jersey: Lawrence.*
- Mc Combs, M. (2002). The Agenda Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion. *Paper presented at Mass Media Economics 2002 conference, London School of Economics. Http://sticerd.lse.ac.uk/dps/extra/McCombs.pdf*
- Montalbano, W. (1985). Dialogues No.57, September, 1985. *Latin American and Caribbean Center, Florida International University.*
- Newhagen, J. y Reeves, B. (1992). The Evening's Bad News: Effects of Compelling Negative Television News Images on Memory. *Journal of Communication. No. 42. P 25- 41*
- Newhagen, J. (4 de Junio, 2007). Comentario a la solicitud de Barrios, M. Mensaje enviado al correo mbarrios@uninorte.edu.co
- Oppenheimer, A. (2006). Los Pronósticos para el 2007. *El Herald, Miércoles 20 de diciembre de 2006. Pg. 3A.*
- Orozco, G. (1997). La Investigación de la Comunicación dentro de América Latina. Tendencias, Perspectivas y Desafíos del Estudio de los Medios. Universidad de La Plata.
- Price, V., Tewksbury, D., Powers, E. (1997). Switching Trains of Thought. *The impact of News Frames on Reader's Cognitive Responses. Sage.*
- Poindexter, P. y Mc Combs, M. (2000). *Research in Mass Communication.* Boston: Bedford.
- Reyes Matta, F. (1980). The concept of News in Latin America: dominant values and perspectives of change. In: *News Values and Principles of Cross-cultural Communication.* Paris: UNESCO.
- Ronderos y Moreno (2007). Cómo cubrir las Elecciones. Manual para Periodistas.
- Schudson, M. (2003). The Sociology of News. New York: Norton.

Severini, W. y Tankard, J. Communication Theories. *Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*. New York: Longman, 2001. 5th ed.

Shoemaker, P. y Cohen, A. (2006). News Around the World. *Content, Practitioners and the Public*. New York: Routledge.

Skewes, E. (2007). Message Control. Maryland: Rowan.

Tendencias Mundiales de la Prensa: La Difusión Mundial de los Periódicos y La Publicidad en Auge, 2007. *World Association of Newspapers*. Tomado de <http://www.wan-press.org/article14361.html>

Tuchmann, G. (1978). Making News: A Study in the Construction of Reality. New York: Free Press.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO (1980). *News Values and Principles of Cross-cultural Communication. Reports and Papers on Mass Communication*. Paris: UNESCO.

Newspapers Websites for Latinamerica y Iberia (2002). Universidad de Indiana. Tomado de www.libraries.iub.edu/index.php?pageId=2992

Vivian, J. (2006). The Media of Mass Communication. Boston: Pearson.

Van Dijk, T. (1988). News Analysis. Case Studies of International and National News in the Press. New Jersey: Lawrence.

Van Dijk, T. (2004). Comunicación y Poder. Análisis Crítico de la Noticia. Conferencia dictada en la Universidad Nacional de Colombia. Febrero 17 de 2004.

ANEXO 1 PROPORCIÓN DE LA MUESTRA

País	Periódico	Frecuencia	%
Argentina	El Clarín	55	11,0%
Chile	El Mercurio	71	14,2%
Colombia	El Tiempo	45	9,0%
E.E. U.U. (Estado de la Florida)	El New Herald	20	4,0%
Honduras	El Heraldo	66	13,2%
México	La Crónica	52	10,4%
Panamá	La Estrella	45	9,0%
Perú	La Razón	26	5,2%
Uruguay	La República	37	7,4%
Venezuela	El Universal	83	16,6%
	Total	500	100%

ANEXO 3 VALIDACIÓN

No.	Agenda Tematica		Origen		Ubicación		Soporte		Recursos Visuales		Comunicación		Fuentes		Presencia	
	Obs1	Obs2	Obs1	Obs2	Obs1	Obs2	Obs1	Obs2	Obs1	Obs2	Obs1	Obs2	Obs1	Obs2	Obs1	Obs2
1	5	5	1	1	20	20	3	3	5	5	1	1	2	30	2	2
2	7	7	1	1	20	2	3	3	1	2	1	1	1	1	1	1
3	12	12	1	1	1	20	3	3	2	2	1	1	30	6	6	1
4	7	7	1	1	2	2	3	3	2	2	2	2	20	20	1	1
5	16	16	2	2	1	1	3	3	2	2	2	2	1	1	17	17
6	12	7	2	2	1	20	2	3	2	2	2	2	1	1	1	1
7	12	12	1	1	20	20	3	2	1	2	2	2	1	6	6	6
8	7	7	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	20	20	20	20
9	12	12	1	1	20	2	3	3	2	2	1	1	1	1	6	6
10	16	16	1	1	20	20	4	4	1	1	2	2	40	9	9	9
11	12	5	1	1	3	20	4	4	2	1	2	2	1	1	30	30
12	12	12	1	2	3	3	4	4	1	1	2	2	1	1	1	1
13	16	16	1	1	20	20	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2
14	7	7	1	1	4	4	4	4	2	2	2	2	1	1	13	13
15	8	8	1	1	4	4	3	3	2	2	1	1	8	8	8	8
16	5	5	1	1	2	4	4	4	2	2	2	2	2	2	17	17
17	2	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1	20	20	4	4
18	7	7	1	1	4	4	3	3	2	2	1	1	1	1	1	1
19	1	1	1	1	20	20	3	3	1	1	1	1	17	17	10	10
20	16	16	1	1	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	20	20
21	10	10	1	1	4	4	4	4	2	2	2	2	40	40	40	40
22	12	12	2	2	2	1	4	4	1	1	2	2	30	6	3	30
23	16	16	1	1	3	3	3	3	2	2	2	2	1	1	19	19
24	6	6	1	1	4	4	3	3	1	1	2	2	1	1	17	17
25	13	13	1	1	20	1	3	1	1	1	2	2	30	30	7	7
26	2	2	2	2	20	20	2	2	5	5	2	2	30	30	4	3
27	12	7	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	30	30	1	1
28	7	7	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	3	3	3	3
29	13	13	1	1	20	20	3	3	1	1	1	1	3	3	7	7
30	16	16	2	2	4	4	2	2	1	1	1	1	4	4	1	1
31	7	7	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	3	3	1	1
32	12	12	2	2	4	4	2	2	2	2	1	1	1	1	9	9
33	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	1	1	30	30	40	40
34	12	12	1	1	1	1	4	4	2	2	2	2	1	1	1	1
35	5	5	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	11	11	11	11
36	9	9	1	1	4	4	3	3	5	5	1	1	30	30	3	3
37	3	3	1	1	2	2	3	3	2	2	2	2	6	6	6	6
38	4	4	1	1	4	4	3	3	1	1	2	2	1	1	30	30
39	9	9	2	2	2	2	1	3	2	1	2	1	3	30	30	30
40	10	10	1	1	1	1	3	3	5	5	2	2	3	3	10	10
41	15	15	1	1	20	20	3	3	5	5	2	2	20	20	20	20
42	12	12	1	1	20	20	4	4	5	5	2	2	40	40	30	30
43	9	9	1	1	4	4	4	4	3	3	2	2	40	40	30	30
44	12	12	2	2	20	20	4	4	1	1	2	2	2	2	1	1
45	12	12	1	1	20	20	4	4	5	5	1	1	1	1	1	1
46	7	7	1	1	1	1	3	3	2	2	2	2	20	20	20	20
47	12	12	1	1	3	3	3	3	2	2	2	2	1	1	1	1
48	11	11	1	1	3	3	1	1	5	5	2	2	3	3	2	2
49	7	7	1	1	3	3	3	3	2	2	2	2	1	1	1	1
50	12	12	1	1	20	20	3	3	1	1	2	2	17	17	7	7

																		Promedio
Cohen's kappa (unweighted)	94%	98%	86%	92%	90%	98%	88%	94%	93%									
Cohen's kappa (weighted by 1)	97,57%	98%	90%	96%	96,57%	98%	93,07%	97,73%	96%									
Scott's Pi	94%	98%	86%	92%	90%	98%	88%	94%	93%									

ANEXO 4

Cuadros comparativos

Agenda Tematica	La Estrella de Panama		La Cronica de Mexico		La Razon del Peru		El Heraldito de Honduras		La Republica de Uruguay		El Clarin de Argentina		El New Herald de la Florida E.E.U.U.		El Tiempo de Colombia		El Mercurio de Chile		El Universal de Venezuela	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Agricultura	0	0%	1	2%	0	0%	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%
Arte	3	7%	4	7%	0	0%	9	11%	0	0%	5	7%	1	5%	3	6%	7	9%	7	7%
Avances en ciencia y Tecnologia	2	4%	1	2%	0	0%	1	1%	1	3%	3	4%	0	0%	3	6%	3	4%	3	3%
Ciudad	3	7%	7	11%	0	0%	5	6%	2	6%	8	11%	3	14%	5	10%	1	1%	16	16%
Conflictos Sociales	2	4%	5	8%	4	15%	12	15%	0	0%	5	7%	3	14%	9	17%	2	3%	4	4%
Criminalidad Local	1	2%	6	10%	2	8%	9	11%	3	9%	11	16%	2	9%	4	8%	5	7%	8	8%
Deportes	3	7%	0	0%	1	4%	6	7%	4	12%	8	11%	0	0%	2	4%	7	9%	6	6%
Desastres Naturales	1	2%	1	2%	0	0%	0	0%	3	9%	2	3%	1	5%	0	0%	0	0%	0	0%
Economia y negocios	10	22%	3	5%	1	4%	10	12%	11	33%	3	4%	4	18%	5	10%	12	16%	19	20%
Educacion	1	2%	2	3%	0	0%	4	5%	0	0%	2	3%	1	5%	0	0%	1	1%	2	2%
Familia Infancia	0	0%	0	0%	0	0%	5	6%	0	0%	2	3%	0	0%	3	6%	2	3%	2	2%
Medio Ambiente	0	0%	1	2%	0	0%	2	2%	0	0%	5	7%	0	0%	3	6%	7	9%	2	2%
Politica	12	26%	22	36%	17	65%	6	7%	8	24%	9	13%	2	9%	12	23%	24	32%	22	23%
Religion	1	2%	4	7%	0	0%	4	5%	1	3%	2	3%	3	14%	2	4%	1	1%	1	1%
Salud	6	13%	4	7%	0	0%	8	10%	0	0%	3	4%	1	5%	0	0%	1	1%	3	3%
Transporte	1	2%	0	0%	1	4%	0	0%	0	0%	2	3%	1	5%	1	2%	2	3%	1	1%
Total	46	100%	61	100%	26	100%	82	100%	33	100%	70	100%	22	100%	52	100%	75	100%	97	100%

Fuente de la informacion	La Estrella de Panama		La Cronica de Mexico		La Razon del Peru		El Heraldito de Honduras		La Republica de Uruguay		El Clarin de Argentina		El New Herald de la Florida E.E.U.U.		El Tiempo de Colombia		El Mercurio de Chile		El Universal de Venezuela	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Academicos/Especialistas	4	8%	8	10%	2	7%	10	9%	4	8%	11	14%	12	43%	9	14%	11	13%	10	10%
Celebridades	1	2%	1	1%	0	0%	4	4%	0	0%	3	4%	1	4%	1	2%	5	6%	7	7%
Deportistas	1	2%	0	0%	1	4%	2	2%	0	0%	5	6%	0	0%	2	3%	4	5%	3	3%
Empresas privadas	4	8%	7	9%	0	0%	10	9%	3	6%	3	4%	1	4%	2	3%	4	5%	11	11%
Fuerza Publica	1	2%	2	3%	4	14%	9	8%	4	8%	5	6%	3	11%	1	2%	1	1%	3	3%
Gobierno/Servidores publicos	28	55%	32	41%	16	57%	22	20%	19	39%	23	28%	6	21%	20	32%	37	45%	32	33%
Grupos ilegales	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%	1	1%	0	0%	3	5%	0	0%	0	0%
Iglesias	1	2%	3	4%	6	0%	4	4%	1	2%	3	4%	2	7%	2	3%	2	2%	2	2%
Jovenes	0	0%	2	3%	0	0%	0	0%	0	0%	2	2%	0	0%	1	2%	0	0%	0	0%
Org. o Movimientos sociales	2	4%	2	3%	1	4%	5	5%	3	6%	3	4%	2	7%	0	0%	2	2%	5	5%
Parientes/Allegados	0	0%	1	1%	0	0%	2	2%	1	2%	2	2%	0	0%	3	5%	0	0%	1	1%
Partidos politicos	1	2%	8	10%	1	4%	2	2%	1	2%	0	0%	0	0%	4	6%	4	5%	2	2%
Periodistas	0	0%	3	4%	0	0%	16	15%	8	16%	7	9%	0	0%	8	13%	7	7%	7	7%
Sindicatos	1	2%	4	5%	2	7%	0	0%	1	2%	3	4%	0	0%	1	2%	0	0%	4	4%
Victimas testigos	2	4%	6	8%	0	0%	13	12%	2	4%	8	10%	0	0%	4	6%	1	1%	9	9%
Otros	5	10%	0	0%	11	4%	11	10%	1	2%	2	2%	1	4%	2	3%	4	5%	2	2%
Total	51	100%	73	100%	28	100%	110	100%	49	100%	81	100%	28	100%	83	100%	82	100%	98	100%

Presencia Mediatca	La Estrella de Panama		La Cronica de Mexico		La Razon del Peru		El Heraldito de Honduras		La Republica de Uruguay		El Clarin de Argentina		El New Herald de la Florida E.E.U.U.		El Tiempo de Colombia		El Mercurio de Chile		El Universal de Venezuela	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Academicos/Especialistas	3	5%	2	2%	1	3%	8	8%	6	10%	9	9%	3	9%	4	6%	6	8%	5	4%
Campesinos	0	0%	1	1%	1	3%	0	0%	0	0%	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Celebridades	2	4%	2	2%	0	0%	8	8%	0	0%	4	4%	2	6%	2	3%	5	6%	5	7%
Deportistas	3	5%	0	0%	1	3%	6	6%	3	5%	8	8%	0	0%	2	3%	7	9%	6	5%
Empresas privadas	6	11%	2	2%	2	5%	7	7%	6	10%	5	5%	1	3%	4	6%	2	3%	14	11%
Fuerza Publica	1	2%	2	2%	5	14%	7	7%	0	0%	9	9%	2	6%	1	2%	3	4%	7	5%
Gobierno/Servidores publicos	22	40%	26	31%	19	51%	22	22%	19	30%	21	21%	11	33%	18	29%	38	48%	36	27%
Grupos ilegales	2	4%	5	6%	1	3%	2	2%	3	5%	2	2%	0	0%	9	15%	1	1%	1	1%
Iglesias	0	0%	3	4%	0	0%	2	2%	0	0%	2	2%	4	12%	2	3%	1	1%	3	2%
Jovenes	0	0%	6	7%	0	0%	5	5%	1	2%	3	3%	2	6%	2	3%	1	1%	3	2%
Minorias etnicas	1	2%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	3%	2	3%	0	0%	0	0%
Minorias sexuales	0	0%	2	2%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Niños	1	2%	3	4%	0	0%	4	4%	0	0%	2	2%	1	3%	0	0%	1	1%	1	1%
Org. o Movimientos sociales	3	5%	3	4%	3	8%	8	8%	2	3%	4	4%	2	6%	1	2%	1	1%	7	5%
Parientes/Allegados	0	0%	1	1%	0	0%	9	9%	0	0%	3	3%	0	0%	1	2%	0	0%	3	2%
Partidos politicos	1	2%	8	10%	1	3%	0	0%	1	2%	2	2%	1	3%	3	5%	3	4%	3	2%
Sindicatos	0	0%	7	8%	0	0%	1	1%	5	8%	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%	7	5%
Victimas testigos	3	5%	6	7%	3	8%	11	11%	9	14%	13	13%	2	6%	3	5%	0	0%	13	10%
Otros	7	13%	5	6%	0	0%	2	2%	8	13%	10	10%	1	3%	8	13%	11	14%	14	11%
Total	55	100%	84	100%	37	100%	102	100%	63	100%	99	100%	33	100%	82	100%	80	100%	132	100%

Recibido: 25 de marzo de 2008. Aprobado: 19 de octubre de 2008

Para citar este trabajo en bibliografías según APA:
 Barrios, M. (2008) Estas noticias nuestras. Global Media Journal – Edición Iberoamericana. Vol. 5 # 10. Recuperado el x de xxxx de 200x de:
<http://gmje.mty.itesm.mx/estasnoticias.pdf>