

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL



**Análisis de la Agenda Setting del Campo Político  
Periodístico de la Televisión Privada Vs. el Canal Oficial  
del Estado Boliviano. Estudio de Caso: Red Unitel,  
Canal 2 y Televisión Boliviana, Canal 7**

Tesis presentada por  
**WILMAR OSVALDO RUIZ UZQUIANO**  
Para optar a la licenciatura en Comunicación Social

Tutor: Lic. Antonio Valdez

LA PAZ – BOLIVIA  
2008

## Deseo dedicar esta tesis:

Primeramente a Dios, por iluminar mi camino  
y darme la fortaleza para lograr mis metas.

A mis padres y hermanos, por su amor,  
confianza y apoyo incondicional.

Y a "Lalín" por su cariño e inspiración para luchar  
por mis sueños, que día a día voy alcanzando.

# Agradecimientos

*Un agradecimiento particular al Lic. Antonio Valdez,*

*quien oriento la realización de estas Tesis.*

*Un reconocimiento sincero al Lic. Iván Miranda,*

*quien apporto observaciones y comentarios críticos*

*que permitieron enriquecer el presente trabajo.*

*Asimismo, una gratitud especial al Lic. Mirko Orgaz,*

*por sus palabras de aliento y*

*felicitación por la investigación realizada.*

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	1
--------------------	---

## CAPITULO I

### ORDEN METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

<b>1.1. Campo temático: Límites y alcances.....</b>	<b>4</b>
1.1.1. Delimitación del tema.....	6
1.1.2. Delimitación espacial .....	7
1.1.3. Delimitación temporal .....	7
<b>1.2. Objeto de estudio .....</b>	<b>7</b>
<b>1.3. Planteamiento del problema.....</b>	<b>9</b>
<b>1.4. Hipótesis.....</b>	<b>12</b>
<b>1.5. Objetivos .....</b>	<b>14</b>
1.5.1. Objetivo general .....	14
1.5.2. Objetivos específicos.....	15
<b>1.6. Metodología.....</b>	<b>15</b>
1.6.1. Justificación .....	16
1.6.2. Campo de estudio .....	17
1.6.3. Propósito académico.....	18
1.6.4. Fuentes de información.....	18
1.6.4.1. Categorías temáticas .....	19

## CAPITULO II

### MARCO TEÓRICO

<b>2.1. La Agenda Setting .....</b>	<b>21</b>
2.1.1. Enfoque categorial y conceptual .....	21
2.1.2. La fijación del orden temático.....	27
2.1.2.1. El Modelo Basico.....	28
2.1.2.2. La Tematización .....	28
2.1.2.3. La agenda setting en la televisión .....	29
2.1.3. El uso de la agenda televisiva .....	31
<b>2.2. Los tipos de agendas .....</b>	<b>32</b>
2.2.1. Conocimiento y públicos para el efecto de la agenda setting .....	32
2.2.2. Tipos de agendas según Rogers y Dearing .....	32
2.2.3. La agenda pública.....	35
2.2.3.1. La agenda pública en Bolivia .....	35
<b>2.3. La construcción de la agenda .....</b>	<b>38</b>
<b>2.4. El diferente poder de agenda de los medios .....</b>	<b>39</b>
2.4.1. El contexto social y el efecto de los media .....	39
<b>2.5. Problemas de la <i>AGENDA SETTING</i> .....</b>	<b>41</b>
2.5.1. Problemas y confusiones de la agenda .....	41
<b>2.6. Conceptos adecuados a la <i>AGENDA SETTING</i>.....</b>	<b>42</b>
A. El funcionalismo .....	42
B. Las cuatro funciones de la comunicación de masas, según Lasswell y Wrigth .....	44
C. La teoría funcionalista de la comunicación de masas.....	46

D. El planeamiento estructural - funcionalista .....	47
E. Las funciones de la comunicación de masas .....	49
F. La disfunción .....	51
G. Algunas funciones y disfunciones de la comunicación de masas .....	52
H. De la omnipotencia de los medios a las funciones y la influencia personal..	52
I. El auge de la teoría funcionalista.....	53
J. La adopción de metodologías cuantitativas .....	54
K. La naturaleza administrativa y comercial de la investigación de la comunicación.....	55
<b>2.7. Conclusiones.....</b>	<b>55</b>

### **CAPITULO III**

#### **MARCO REFERENCIAL**

3.1 .Origen de la Red UNITEL.....	57
3.1.1. ORGANIGRAMA DEL DIRECTORIO DE UNIVERSAL DE TELEVISIÓN, “UNITEL” .....	59
3.2. UNITEL Producción y programación .....	60
3.2.1. UNITEL, la red televisiva de Bolivia .....	60
3.2.2. Programación para los hogares bolivianos.....	61
3.2.3. Producción nacional.....	61
3.2.4. Producciones internacionales .....	61
3.2.5. Eventos especiales .....	62
3.2.6. Fútbol .....	62
3.2.7. Recursos Humanos y Técnicos.....	63

3.2.8. WWW “UNITEL”. TV .....	64
3.3. UNITEL descripción de la estructura organizativa.....	65
3.3.1. Organigrama de la planta ejecutiva .....	65
3.4. Empresa Nacional de Televisión Boliviana Canal 7.....	67
3.4.1. Introducción.....	67
3.4.2. Informe de gerencia .....	67
3.4.3. Informe técnico.....	76
3.4.4. Informe de prensa .....	78
3.4.5. Programación (2004-2005).....	80
3.4.6. Organigrama de la empresa.....	82
3.4.7. Organigrama .....	83

## **CAPITULO IV**

### **MARCO METODOLÓGICO PARA EL ESTUDIO EMPÍRICO**

4.1. Tipo de investigación .....	84
4.2. Diseño de la investigación.....	86
4.3. Técnicas de investigación.....	87
4.3.1. Estudio documental.....	87
4.3.2. Análisis y síntesis.....	87
4.3.3. Comparativo .....	88
4.3.4. Medición.....	88
4.3.5. Histórico .....	88

4.3.6. Teórico .....	88
4.3.7. Evaluación .....	89
4.4. Fuentes de información .....	89
4.4.1. Primarias.....	89
4.4.2. Observación directa .....	89
4.4.3. Entrevista.....	90
4.4.4. Secundarias.....	90
4.5. Evaluación y comprensión en muestra y datos.....	90
4.5.1. Análisis morfológico .....	90
4.5.2. Procedimiento .....	90
4.5.3. Sondeo de opinión .....	91
4.5.4. Entrevistas en profundidad.....	91
4.5.5. Muestreo.....	91
4.6. Límites y alcances de la investigación .....	92
4.6.1. Alcance geográfico .....	92
4.6.2. Temporal .....	92
4.6.3. Unidad de análisis.....	92

## **CAPITULO V**

### **DIAGNOSTICO**

<b>5.1. Resultados de la investigación .....</b>	<b>93</b>
5.1.1. Resultados de las encuestas .....	93
5.1.1.1. Encuesta global a periodistas de los diferentes medios .....	94
<b>5.2. UNIDADES DE ANÁLISIS PARA LA INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS .....</b>	<b>114</b>

## **CAPITULO VI**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

<b>6.1. Conclusiones.....</b>	<b>145</b>
6.2. Recomendaciones.....	153
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>155</b>

## RESUMEN EJECUTIVO

La tesis *Análisis de la AGENDA SETTING del campo político periodístico de la Televisión Privada Vs el Canal Oficial del Estado Boliviano. Estudio de caso: Red Unitel, canal 2 y Televisión Boliviana, canal 7* condensa la intencionalidad de ambos medios en la construcción de imaginarios colectivos sobre la política en Bolivia desde su perspectiva empresarial o naturaleza ideológica en el contexto de las relaciones de poder que actualmente rige en el país.

Este trabajo se fundamenta en un escenario nacional de profundos antagonismos entre las fuerzas políticas y sociales, cuyas contradicciones son expuestas por los medios de comunicación en función de sus propias visiones acerca del poder, el Estado y sus instituciones. Esta investigación ha encaminado su estudio en base a la *AGENDA SETTING*, un campo de conocimiento que ha tenido eficacia y eficiencia en la mediación de los mensajes desde los años 50 para promover la acción de la política desde la televisión. La *AGENDA SETTING* superó de lejos las proposiciones anteriores que se sustentaban en la “aguja hipodérmica”. Muchos teóricos consideran que la gente sabe de la realidad social, política, económica, entre otras, por lo que dicen los medios. Por ello, este horizonte teórico nos plantea “en qué debe pensar” los receptores y esta tarea está encomendada a los medios masivos de comunicación, y uno de esos es la televisión.

Mediante este recurso teórico del campo comunicacional se ha construido el estudio sobre el plan periodístico de la estatal empresa Televisión Boliviana, canal 7 y la compañía privada de televisión Red UNITEL, desde la perspectiva de las noticias relacionadas con el gobierno del presidente Evo Morales Aima.

Se ha logrado evidenciar que la televisión ocupa un lugar crucial debido a que se constituye en una especie de puente entre la generación de la prensa y la radio, en una orilla, y en la otra, la multimedia que ocupa el epicentro del debate contemporáneo de esta disciplina. En ese contexto de realidad, este trabajo busca reflexionar sobre la manera en que han construido su *Agenda Setting*, tanto el canal oficial del Estado boliviano y la Red UNITEL. Al final de la investigación, se llegó a la conclusión de que ambos medios no son ajenos a estos procesos de cambio, en particular Canal 7, porque en Bolivia los medios de comunicación parecen ocupar un lugar cada vez más importante en la construcción de las “*AGENDAS POLÍTICAS*”, tanto en la formación de la opinión pública y el debate del público sobre la política.

# Introducción

## INTRODUCCIÓN

La televisión enfrenta en estos tiempos, la denominada “revolución comunicacional”, profundos cambios en todos los órdenes de su estructura, desde la constitución empresarial hasta su propio campo de estudio en un escenario internacional de alta competitividad profesional y un ámbito de difusión nacional conformado por sólidas compañías esencialmente situadas en la región oriental del país, la ciudad de Santa Cruz de la Sierra.

“Se ha hablado de “revolución de la comunicación” a propósito de más de un progreso en la larga historia de los medios de comunicación”, expresa Denis McQuail<sup>1</sup> sobre la constitución de los media desde la invención de la imprenta hasta alcanzar las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. En ese contexto, la televisión ocupa un lugar crucial debido a que se constituye en una especie de puente entre la generación de la prensa y la radio, en una orilla, y en la otra, la multimedia que ocupa el epicentro del debate contemporáneo de esta disciplina.

En ese contexto de realidad, esta tesis tiene el propósito de reflexionar sobre la manera en que han construido su Agenda Setting, la Empresa Nacional de Televisión Boliviana, canal oficial del Estado Boliviano y la Red Unitel, una compañía comunicacional privada administrada y dirigida por empresarios cruceños en relación al gobierno, a la gestión del Movimiento al Socialismo y al jefe de Estado, Evo Morales Aima como principal protagonista de los procesos políticos en el poder a partir del 22 de enero de 2006.

Ambos medios no son ajenos a estos procesos de cambio, en particular Canal 7, porque en Bolivia, al igual que en otros países de la región, los medios de comunicación parecen

---

<sup>1</sup>. McQuail. Denis (1983). Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Barcelona, Ediciones Piados. p. 20.

ocupar un lugar cada vez más importante en la construcción de las “*agendas*”, la formación de la opinión pública y los alcances del debate público sobre la política.

Los llamados estudios de “agenda - setting” se han convertido en un tema de investigación con peso propio. Desde los años 50, esencialmente con la aparición de la televisión como instancia eficaz para el campo político, la agenda setting es tradición en los media por su enorme capacidad para focalizar la atención pública sobre un número limitado de temas y a expensas de otras cuestiones probablemente significativas, pero irrelevantes para quienes tienen objetivos precisos desde los medios<sup>2</sup>.

“Este impacto de los medios masivos –la capacidad de efectuar cambio cognoscitivo entre los individuos, de estructurar su pensamiento- ha sido rotulado como la *función establecedora de agenda de la comunicación masiva*. En esto puede residir el efecto más importante de la comunicación masiva, su capacidad para ordenar mentalmente y organizarnos nuestro mundo. En suma, los medios masivos pueden no tener éxito en cuanto a decirnos qué pensar, pero tienen un sorprendente éxito en cuanto a decirnos *en qué pensar*<sup>3</sup>”.

Esta es la novedad de nuestro tiempo en la mediación televisiva de los acontecimientos, particularmente, los políticos. Es la presentación de una nueva realidad simbólica, de una agenda temática, que desde el canal estatal por un lado, y otro, la televisión privada, seleccionan para concentrar la atención pública, y movilizar la mente de la sociedad para la adopción de decisiones sobre los hechos públicos.

En esta perspectiva, el estudio sobre el manejo de la Agenda Setting en ambos medios, tiene como objetivo analizar los enfoques que tienen sobre la construcción de la información y el descubrimiento de los criterios profesionales para la organización de las noticias con el fin de apropiarlas en la mente de los destinatarios o receptores.

---

<sup>2</sup> McCOMBS, Maxwell, SHAW, Donald (1991). The agenda setting function of mass media.

<sup>3</sup>. McCOMBS, Maxwell, SHAW, Donald (1986). ¿Qué agenda cumple la prensa?. El poder de los medios en la política. Grupo Editor Latinoamericano. Buenos Aires – Argentina. p. 84.

La investigación pretende conocer las zonas temáticas en la mediación de los mensajes para contribuir a una reflexión más certera sobre el rol de los media en la creación de sentidos desde el complejo mediático.

La tesis se fundamenta en la necesidad de articular los temas comunes en ambos medios y la consideración que éstos hacen para su difusión. En otros términos, se practicará un análisis empírico comparativo de la televisión estatal y el canal privado UNITEL.

En ese horizonte de trabajo académico, el primer capítulo condensa el campo metodológico de la investigación con los componentes académicamente aceptados por la educación superior.

En el segundo se desarrolla el marco teórico sustentado en la matriz teórica funcionalista, cuyas principales categorías arrancan desde la perspectiva de la AGENDA SETTING, medios masivos de comunicación, la televisión, la noticia, la opinión, el periodismo, el periodista y los procesos comunicacionales.

En el siguiente capítulo se construye el marco referencial e historial referencial que tiene que ver con los medios de comunicación, objeto de estudio de este trabajo académicamente adoptado.

El cuarto ámbito de estudio abarca la cuestión del plan metodológico para el ajuste y verificación empírica del estudio del presente trabajo,

Luego está el diagnóstico que explica la verificación empírica de la investigación.

En el quinto capítulo se presentan los resultados obtenidos, tanto el análisis a la agenda de los canales motivo de esta investigación.

En el quinto capítulo, se exponen las conclusiones y recomendación basadas en la verificación empírica, la contrastación de datos, el cumplimiento de exigencias establecidas en el problema, los objetivos y el marco teórico.

# Capítulo I

ORDEN METODOLÓGICO  
DE LA INVESTIGACIÓN

## CAPITULO I

# ORDEN METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

### 1.1. Campo temático: Límites y alcances

La gente considera que los medios son la instancia más próxima para conocer la realidad de los acontecimientos y lo que pasa en las instituciones públicas y privadas. Una de esas fuentes cotidianas es la política, entendida esta como las relaciones de poder o la construcción de correlación de fuerzas en un escenario político caracterizado desde hace 25 años<sup>4</sup> por la democracia representativa y participativa.

Los medios de comunicación ejercen un poder que sobrepasa las posibilidades del ciudadano común, y la política es el tema de mayor privilegio para ciertos grupos que tienen el monopolio o el control de los medios masivos de comunicación. En este tiempo de profundos antagonismos y contradicciones por la reconstitución de las fuerzas en el campo político es muy difícil conciliar intereses, lograr consensos o establecer una manera adecuada, equilibrada y equitativa de una comunicación horizontal, donde los ciudadanos tengan la oportunidad de manifestar sus intereses en igualdad de condiciones.

“La literatura relativa al impacto de los medios masivos sobre la política ha crecido rápidamente en los años recientes, al tomarse conciencia de que la influencia de los medios es penetrante y profunda. Han sido diversos los esfuerzos de la investigación, incluidos los

---

<sup>4</sup>. Bolivia inauguró el 10 de octubre de 1982 la fase democrática como sistema político vigente hasta hoy.

exámenes de la influencia de los medios informativos sobre las creencias políticas de los individuos promedios, los análisis del uso de los medios para promover los intereses grupales y las evaluaciones del impacto de los medios sobre las políticas internas y exteriores”, sostiene Doris Graber<sup>5</sup> en la introducción del libro *El poder de los medios en la política*.

Consecuentemente, la influencia de los *media*<sup>6</sup> en la opinión pública de las sociedades se ha constituido muchas veces determinante para la toma de decisiones, aunque está claro que ese poder en nada supera el poder de la conciencia social de los ciudadanos respecto a las instituciones públicas y las organizaciones de la sociedad civil.

Es en ese campo donde uno de los medios ha adquirido una gran espectacularidad por su enorme capacidad para difundir hechos noticiosos en tiempo real. Nos referimos a la televisión. “La televisión construye la actualidad, provoca el shock emocional y condena prácticamente al silencio y a la indiferencia a los hechos que carecen de imágenes”, dijo Ignacio Ramonet<sup>7</sup> sobre el rol de este medio en estos momentos de la revolución mediática.

Aquí, en este trabajo de investigación, el tema es la construcción de la *AGENDA SETTING* en el canal estatal, Televisión Boliviana y en el canal privado y comercial, UNITEL. La difusión por estos medios de hechos políticos en Bolivia en función de sus perspectivas institucionales como instancias de mediación de noticias.

En un escenario de libertades constitucionales y el derecho a la información, el estudio desbrozará las intimidades políticas e ideológicas de ambos medios, en circunstancias en que la sociedad aún tiene esperanza y fe en los medios como instituciones de credibilidad, pese a su caída por la manera en que elaboran las noticias para formar imaginarios

---

<sup>5</sup>. GRABER, Doris (1986). *El poder de los medios en la política*., Buenos Aires – Argentina. Grupo Editor Latinoamericano. p. 11.

<sup>6</sup>. El anglicismo se utilizará para significar que se trata de la prensa, la radio y la televisión, entre otros medios que forman parte hoy del complejo mediático.

<sup>7</sup>. Ramonet, Ignacio (1998). *La tiranía de la comunicación*. Madrid – España. Editorial Debate. p. 23.

colectivos, lejos de la realidad de los hechos empíricos, cuyos alcances son parte de la investigación.

### **1.1.1. Delimitación del tema**

Los criterios académicos parten del reconocimiento de que la comunicación social se desarrolla en un campo atravesado por la interdisciplinariedad. Esto implica que esta disciplina de las ciencias sociales comparte conocimiento con otras de su campo para construir conocimiento.

Bajo esa premisa, la investigación adopta el *corpus teórico* de la *AGENDA SETTING* como instancia para explicar los lineamientos fundamentales de los espacios noticiosos de los medios antes mencionados para construir imaginarios colectivos en función de su agenda periodística.

Esos criterios se sintetizan en:

- a) Selección de los materiales periodísticos difundidos en calidad de *noticias* por los dos medios.
- b) Identificación de las fuentes de información utilizados por los medios.
- c) Orden de establecimiento de agenda de los medios
- d) Análisis de noticias del ámbito político.
- e) Tiempo y énfasis de cada nota (periodistas y presentador)
- f) Orientación de los contenidos de parcialidad o imparcialidad
- g) Manipulación de los hechos para crear un ambiente de espectacularidad o sensacionalismo.

Pues se trata de trabajar estrictamente en el sentido de los contenidos abordados en los informativos centrales, ya que no es posible y tampoco es el objetivo de esta investigación abarcar cuestiones como el estudio de las audiencias u otras orientaciones del vasto campo de la comunicación social. El estudio es estrictamente noticioso. Según McCombs se realiza una distinción entre cogniciones, opiniones y sentimientos. Las cogniciones son un

factor importante en las audiencias porque ellos tienen la capacidad de imaginar más allá de las imágenes y las palabras sacando sus propias conclusiones de los acontecimientos mediados por la televisión.

Teniendo una buena o mala información del tema noticioso, el receptor emitirá su propia opinión sin darse cuenta que el medio de comunicación ha desarrollado la presentación de contenidos temáticos para afectar estrictamente el sentido cognoscitivo. Es decir, la *AGENDA SETTING* se caracteriza por decir *en qué* van a pensar los destinatarios.

### **1.1.2. Delimitación espacial**

La investigación se realiza en la ciudad de La Paz donde se encuentran los departamentos de redacción de noticias del canal 7 Televisión Boliviana y el Canal 2 UNITEL.

### **1.1.3. Delimitación temporal**

El estudio de la *AGENDA SETTING* abarca dos semanas del mes de enero de 2007 mediante el seguimiento del material periodístico difundido en los informativos centrales de ambos medios de comunicación.

## **1.2. Objeto de estudio**

La definición de un objeto de estudio se subordina a la construcción racional que genera rupturas entre el conocimiento común y el conocimiento científico. En esa perspectiva epistemológica, el objeto de estudio está subordinado a cuestiones metodológicas de la propia investigación.

También es conveniente definir aquí que el objeto de conocimiento abarca una región de la realidad concreta, en este caso el campo noticioso en dos medios televisivos de Bolivia. “Ya que queremos caracterizar el racionalismo según su poder de aplicación y su poder de extensión, se hace (...) indispensable examinar los sectores particulares de la experiencia científica y buscar en qué condiciones estos sectores particulares reciben no sólo una autonomía sino también una autopolemica, es decir, una capacidad crítica para las

experiencias antiguas y una capacidad emprendedora para las nuevas experiencias”, dijo Gastón Bachelard<sup>8</sup> sobre la cuestión epistemológica en la construcción del objeto de estudio.

De esto trata esta investigación. Definir el objeto de estudio en los siguientes términos:

**La construcción de la AGENDA SETTING en el campo político por el canal estatal Televisión Boliviana y en la red privada de televisión UNITEL, ambos medios con centrales de redacción periodística en la ciudad de La Paz.**

La dedicación será estudiar la información difundida en las ediciones centrales de los dos canales de televisión, cada uno con sus propios formatos y su naturaleza empresarial para establecer desde su perspectiva en qué quieren que piense la gente que tiene acceso a estos canales.

Se entenderá por agendar y seleccionar la información en los noticieros televisivos para la buena circulación de noticia que influirá, ya no en el cómo pensar sino en el qué pensar, como expresan McCombs y Shaw (1972) en sus estudios sobre esta teoría de la comunicación. Los dos norteamericanos sostienen que “Las audiencias no sólo aprenden sobre los asuntos públicos y otras cuestiones a través de los medios, sino que aprenden también qué importancia han de otorgar a un tema o asunto por el énfasis que los medios de difusión ponen en él”.

Es por eso que podemos decir que - la prensa puede no ser exitosa la mayor parte del tiempo para decirle a la gente qué pensar, pero es sorprendentemente exitosa para decirles a sus lectores acerca de qué pensar., según esta concepción teórica de la comunicación contemporánea.

---

<sup>8</sup>. Gastón Bachelard,. Epistemología. (Textos escogidos por Dominique Lecaourt). Barcelona. Editorial Anagrama (fotocopia). p. 31.

Es así que los medios de comunicación mediante sus secciones informativas transmiten los acontecimientos de los ámbitos, políticos, social, económicos; teniendo como principal objetivo informar, ampliando así su rol en la sociedad, cada uno de diferente manera.

De acuerdo a su política comunicacional cada medio tiene su modo de selección de la información, de destacar diariamente los hechos de acuerdo a su orientaciones y jerarquizar la importancia de cada acontecimiento en coincidencia con la forma en que van ha influir o generar efectos en los destinatarios.

### **1.3. Planteamiento del problema**

El planteo de un problema reconoce un conjunto de hechos preliminarmente seleccionados como indispensables para el desarrollo de la investigación científica. En ese sentido, un estudio busca hallazgos en un campo del saber científico estableciendo un núcleo significativo que sea fructífero para la pesquisa de un trabajo.

“Las tareas del investigador son: Tomar conocimiento de problemas que otros pueden haber pasado por alto; insertarlos en un cuerpo de conocimiento e intentar resolverlos con el máximo rigor y, primariamente, para enriquecer nuestro conocimiento. Según eso, el investigador es un problematizador *por excellence*, no un traficante en misterios. El progreso del conocimiento consiste en plantear, aclarar y resolver nuevos problemas, pero no problemas de cualquier clase”, dijo Mario Bunge<sup>9</sup> en su extraordinario trabajo sobre la investigación.

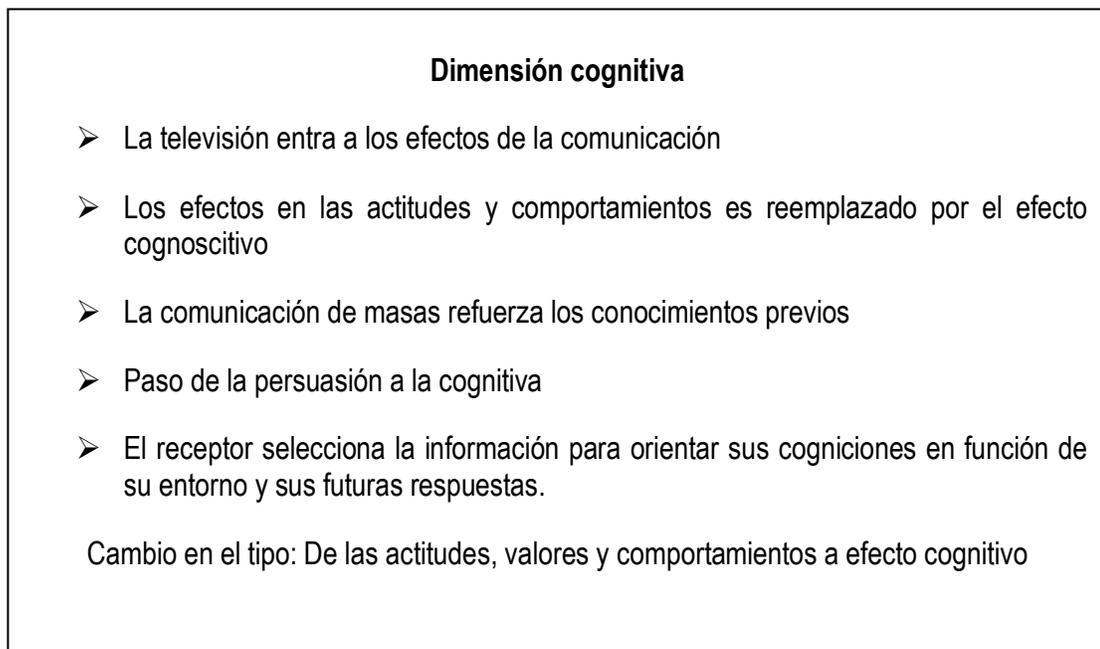
En este campo de conocimiento es posible encontrar muchos temas en cuestión desde la dimensión histórica o el horizonte comunicacional tomando en cuenta las opiniones sobre el dominio de la materia y los probables resultados a ser obtenidos al final de la investigación académica.

---

<sup>9</sup>. Bunge, Mario (1989). La investigación científica. Su estrategia y su filosofía. Barcelona. Editorial Ariel S.A. Segunda edición. P. 191.

La perspectiva del estudio encuentra focos de atención como la selección de las noticias a ser difundidas bajo el enfoque de la *AGENDA SETTING* por los departamentos de redacción de Televisión Boliviana y la Red UNITEL. En primer término, se ha hecho la exploración para identificar y seleccionar los casos en los que es posible reconocer las agendas con capacidad para influir en el cuerpo cognoscitivo de los receptos. La *AGENDA SETTING* a diferencia de la aguja hipodérmica, actúa sobre la mente de los receptores.

En el siguiente esquema es posible encontrar algunas distinciones de esta proposición:



Luego de hacer la distinción del enfoque teórico, el estudio reflexionará sobre las diferencias en la elaboración de la *AGENDA SETTING* o la construcción cotidiana del orden del día de cada medio para la cobertura periodística en las fuentes políticas.

Bajo esas premisas básicas se propone como problema fundamental de esta investigación, el siguiente enunciado en cuestión:

**¿Cómo han construido su *AGENDA SETTING* la estatal empresa TELEVISIÓN BOLIVIANA y la compañía privada de televisión UNITEL para la mediación de los acontecimientos políticos e ideológicos desde la perspectiva de su estrategia de información de los acontecimientos políticos registrados en el período delimitado por esta investigación con el fin de crear opinión pública en Bolivia sobre el gobierno del presidente Evo Morales Aima?**

En el contexto de los cambios políticos que enfrenta Bolivia desde la asunción del presidente Evo Morales Aima, el canal privado UNITEL marcó una línea de opinión pública claramente enfrentada al régimen. Se ha constituido en una instancia de permanente crítica a la gestión gubernamental, cuya práctica comunicacional forma parte de esta investigación en base a la construcción de un marco teórico que tenga la capacidad de discernir la estrategia de la difusión de noticias estrictamente vinculadas al gobierno del Movimiento al Socialismo (MAS).

Por su parte, Televisión Boliviana ha desarrollado una estrategia de noticias estrictamente vinculadas a la actividad oficial. Este comportamiento de la empresa estatal no es ninguna novedad, porque todos los gobiernos que se han sucedido desde su creación en 1969, han utilizado este medio para la propaganda gubernamental. Se entiende conceptualmente, como propaganda la mediación de mensajes políticos e ideológicos y en ningún caso como promoción de mercancías.

Estas nociones serán dilucidadas durante el desarrollo de este estudio, cuyo sentido académico pretende aportar a la comunicación desde la perspectiva de la *AGENDA SETTING* en una realidad caracterizada por los cambios que se operan en Bolivia en todos los órdenes de la vida nacional. Obviamente, es posible hallar varios problemas, pero en este caso interesó la propuesta planteada, debido a las condiciones históricas y políticas que distinguen un período nunca antes enfrentado en términos de relaciones de poder y correlación de fuerzas en la democracia boliviana.

#### 1.4. Hipótesis

Una vez planteado el problema, corresponde exponer la hipótesis. Previamente es indispensable comentar que la respuesta anticipada será resultado de la naturaleza de los términos categoriales y el propio objeto de estudio que forma parte de este *corpus teórico* de la investigación.

“El centro de la actividad cognoscitiva de los seres humanos son las hipótesis y no los datos” explica Bunge (1989: 250) para significar que este componente fundamental de una estrategia de investigación supone el “hallazgo de una solución” concurrente y consecuente con el planteamiento del problema.

Para alcanzar este postulado se ha trabajado en la selección de la información bajo el enfoque de la *AGENDA SETTING*, (“en qué pensar todos los días”), cuyos alcances no necesariamente coinciden con las demandas de la opinión del público<sup>10</sup>, pero que desde esta perspectiva es posible ese objetivo institucional desde los medios de comunicación. Los medios entregan sus noticias previamente analizadas, reflexionadas e incluso digeridas para que el efecto sea directamente en la esfera del conocimiento, o lo que dicen los teóricos del campo de la comunicación, en la mente o el campo cognoscitivo de las personas.

La cobertura de acontecimientos informativos y su elaboración en noticia es otro factor clave para satisfacer exigencias de la opinión pública ya que depende desde qué enfoque o qué política utilice el medio de comunicación y su investigación del hecho que en muchas ocasiones es muy simplificado.

Por estas y otras consideraciones teóricas y empíricas, la enunciación de la hipótesis es la siguiente:

---

<sup>10</sup>. Opinión del público es la concreción de las ideas predominantes que canalizan los medios de comunicación y que se reproducen como hechos verídicos o nociones acabadas en la sociedad de masas. En otros términos, opinión del público es lo que la gente piensa de los acontecimientos. Es un concepto diferente a opinión pública, cuya categoría será ampliamente expuesta en el marco teórico.

**La estatal empresa TELEVISIÓN BOLIVIANA y la compañía privada de televisión UNITEL han construido la mediación de los acontecimientos políticos e ideológicos desde la perspectiva de la teoría de la *AGENDA SETTING* para crear opinión pública en Bolivia en relación al gobierno del presidente Evo Morales Aima.**

Esta proposición hipotética guiará la investigación en las dimensiones epistemológica, teórica, metódica y técnica. La primera implica una adecuada vigilancia sobre el manejo teórico del estudio, la siguiente asume una corriente teórica para explicar los alcances del objeto de estudio y las otras dos el camino por donde va ha transitar este trabajo junto a la verificación empírica.

Naturalmente, la mirada conceptual y los hechos concretos toman en cuenta contribuciones como la de Pierre Bourdieu (1997), quien aportó significativamente la cuestión del “campo político – periodístico” en los procesos comunicacionales como instancias que tienen vínculo directo con la “comunicación política”<sup>11</sup>.

La complejidad de ese campo político – periodístico tiene que con factores internos y externos como:

- El equipo periodístico clasificado por jerarquías u orden técnico administrativo de la información.
- El gerente o patrón y/o administradores de Televisión Boliviana y la Red UNITEL.
- Los dirigentes sindicales.

---

<sup>11</sup> BOURDIEU, Pierre. (1997): “Sobre la televisión”, Barcelona Anagrama.

- Los personajes públicos o fuentes informativas participantes del sistema político que aportan con los datos y valoraciones que sirven de materia prima para producir los mensajes.

La presencia de estos sujetos profesionales y técnicos del campo político – periodístico se encarga de la producción del contenido político e ideológico establecido en la *AGENDA SETTING*, del que ni se entera la gente o las fuentes debido a que los medios tienen razones de estrategia comunicacional para difundir los acontecimientos desde su particular perspectiva empresarial.

En tal virtud, el campo político – periodístico será el eslabón que permita el acople del sistema de Televisión Boliviana y la Red Unitel con la representación política, y que reúne, por un lado, a los productores directos o indirectos del ejercicio de la *AGENDA SETTING*, como información pública; y por otro lado, a los políticos que son los actores o fuentes de información que suben a escena del escenario televisivo, a fin de proporcionarnos mayores datos relevantes acerca de diferentes problemáticas que merecen la atención de los periodistas en la cobertura mediática durante un lapso de tiempo.

En función de este criterio se ha planteado el ámbito hipotético de la investigación, cuyo desarrollo verificará en el capítulo de las conclusiones la validez del estudio.

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. Objetivo general**

**Estudiar el uso de la *AGENDA SETTING* como recurso teórico del campo comunicacional para la construcción del plan periodístico de la estatal empresa Televisión Boliviana y la compañía privada de televisión Red UNITEL sobre las noticias relacionadas con el gobierno del presidente Evo Morales Aima.**

### **1.5.2. Objetivos específicos**

- a. Analizar la estructura temática selectiva del establecimiento de la agenda (agenda setting) en Televisión Boliviana y la red UNITEL
- b. Determinar las características de los noticieros examinando la agenda de ambos medios con el fin de comparar el tratamiento de un mismo hecho y las probables connotaciones en los receptores.
- c. Realizar sondeos para conocer las percepciones de los periodistas del área política sobre la elección de los temas del orden del día para identificar la forma en que los dos medios trabajan con las noticias políticas relacionadas con el gobierno y sus protagonistas.
- d. Determinar las características en un estudio de análisis de contenido para la muestra de la selección de la información y del establecimiento de la agenda, emitido en la edición central de noticias de ambos medios.
- e. Conocer el tipo de control que ejercen ambos medios, el cual será objeto de estudio sobre la opinión pública.
- f. Realizar el seguimiento de temas informativos en el ámbito político, en emisiones por los medios informativos en etapas diferentes: para el surgimiento, el desarrollo y la desaparición de un tema polémico de opinión pública.

### **1.6. Metodología**

El proceso metodológico se fundamentará en un orden teórico de investigación empírica, cuyos alcances se expresan en la observación, medición y experimentación, componentes indispensables para alcanzar los objetivos expuestos en el estudio. En el mismo sentido, el trabajo se ajustará al análisis del discurso desde la perspectiva de los contenidos que forman parte de los espacios periodísticos de los dos medios masivos de comunicación social con sede en La Paz.

Entre las orientaciones de este campo de estudio son:

- a) Análisis de contenido para determinar las dos agendas de los medios y la formación de opinión pública.
- b) Los sondeos de opinión pública para identificar las prioridades de la audiencia y compararlas con las del medio de comunicación.
- c) La entrevista en profundidad al editor del medio para analizar la posición del objeto de estudio, motivo de esta investigación.

### **1.6.1. Justificación**

Siendo que los informativos centrales tienen mayor audiencia en la población, y que además estas ediciones cuentan con las noticias más importantes del día, los receptores piensan que esos mensajes constituyen lo esencial e indispensable para estar supuestamente al día con los acontecimientos del orden del día.

En la trama de la agenda, uno de los protagonistas es el periodista, quien tiene la misión de recoger información en el estado en que se encuentra para procesar luego de acuerdo a unos criterios teóricos que se expresan en la relevancia, la importancia, la actualidad, el interés humano, entre otras distinciones. En esa definición, naturalmente está presente la línea política e ideológica del medio de comunicación.

Este caso se verá la influencia y los efectos de las noticias políticas en los receptores dentro el marco conceptual de la *agenda setting*. Se realizará una comparación entre la agenda de los media (en temas públicos) y la agenda del público: esto es primordial en la medida en que el contenido de los medios de comunicación está directamente relacionado con los destinatarios expuestos y pendientes de los informativos para evaluar el sentido de los acontecimientos políticos en el país.

La conciencia del público corresponde únicamente a la presencia o ausencia de un tema en la agenda del público, con esto podríamos llegar a la relevancia que podrían dar los medios

a algunos temas, quizá solamente dos, o tres con el fin de mostrar la relevancia de un acontecimiento mediante una recargada repetición como “tenemos las imágenes”.

Por su carácter descriptivo – causal, la metodología de la investigación asumirá las orientaciones cuantitativa y cualitativa para el tratamiento del tema con el propósito de facilitar la comprensión en el análisis de contenido y del discurso mediático sobre los hechos políticos delimitados en el trabajo. Los efectos que causa la elaboración del establecimiento de la agenda en los receptores, según McCombs y las conclusiones de la trayectoria de los estudios de la *agenda setting* pueden sintetizarse en:

- 1) Que los efectos de la agenda de los medios no son automáticos ni mecánicos.
- 2) Que el énfasis constante en ciertos temas por parte de los medios tiende a propiciar preocupación pública sobre ellos.
- 3) Que el efecto de la agenda se manifiesta con mayor fuerza en términos de conocimiento sobre el tema que de la opinión sobre el mismo.
- 4) Que la mayor cantidad de información sobre el tema propuesto por la agenda no es garantía de una mejor opinión.

### **1.6.2. Campo de estudio**

Realizar análisis de contenido de las noticias emitidas por Canal 7, TVB y, Canal 2, Red Unitel de la ciudad de la Paz, durante dos semanas (sin contar fines de semana), de cada informativo.

Clasificar los temas abordados en dichos informativos, dándole una mayor ponderación (atención con que se dice o hace algo) a las notas emitidas en primer lugar.

Elaborar una tabla que ordene los temas abordados en dicha semana, sumando el tamaño de todas las notas aparecidas en los 10 días.

Analizar las temáticas de la línea abierta de algunos medios de comunicación.

### **1.6.3. Propósito académico**

Este material de investigación beneficiará a la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la UMSA.

Formará parte del banco de datos para que los estudiosos de la comunicación, los docentes y estudiantes tengan la posibilidad de acceder a los contenidos.

Es una contribución a la investigación en ciencias de la comunicación y puede constituirse en la base para impulsar la apertura del laboratorio científico en comunicación.

Una sugerencia importante para la Carrera está en la implementación de un Observatorio de la Calidad Mediática, donde se evalúen, según parámetros definidos, las características del trabajo informativo de los medios y de los periodistas.

Esta tarea, además, debería estar complementada por cursos continuos de capacitación a los periodistas, debiendo tomar las distintas asociaciones de periodistas un rol más activo en este sentido.

También sería positivo que la iniciativa del Defensor de los lectores se generalice hacia la radio y la televisión, que son los medios – sobre todo la televisión – con evaluaciones, más negativas. (Recomendación hecha por Raúl Peñaranda y Cesar Rojas).<sup>12</sup>

### **1.6.4. Fuentes de información**

El universo del estudio comprende:

---

<sup>12</sup> PEÑARANDA, Raúl. (2004). “Prensa y Poder en Bolivia”. Relaciones entre el mundo político y los medios de comunicación.

#### **1.6.4.1. Categorías temáticas**

##### **Política y gobierno**

- Medidas y actos de gobierno.
- Corte Suprema de Justicia y Tribunal Constitucional.
- Temas económicos: conflictos con empresas privatizadas.
- Deudas hipotecarias, AFP'S e indicadores económicos.
- Protestas sociales, movilización de sectores sociales.
- Asamblea constituyente.
- Gobiernos Departamentales, Provinciales y Municipales.

##### **Poder legislativo**

- Vicepresidencia de la República
- Cámara de Senadores
- Cámara de Diputados
- Partidos oficialistas
- Partidos opositores

##### **Comunicación y política**

- Periodistas
- Medios de comunicación y periodistas
- Los medios de comunicación y la gestión de los ideales de la democracia
- Política, comunicación y democracia

##### **Seguridad y fuentes policiales**

- Asesinatos, robos y secuestros
- Corrupción policial
- Operativos policiales y allanamientos

- Tiroteos y toma de rehenes
- Delitos sexuales y crímenes pasionales
- Desaparición de menores
- Suicidios
- Otros delitos

### **Información general**

- Accidentes y catástrofes
- Ciencia, técnica y cultura
- Cultura, deportes y espectáculo

### **Noticias internacionales**

- Medio oriente
- Incidentes en Bolivia
- Otras cuestiones políticas
- Accidentes y catástrofes
- Cultura, deportes y espectáculos

# Capítulo II

MARCO TEÓRICO

## CAPITULO II

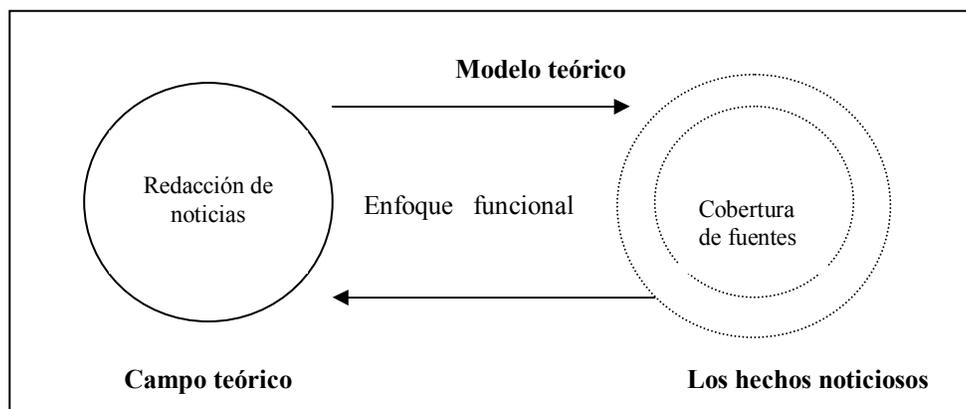
# MARCO TEÓRICO

### 2.1.La *AGENDA SETTING*

#### 2.1.1. Enfoque categorial y conceptual

Una matriz teórica debe corresponder al objeto de estudio planteado en la investigación. Consecuentemente, la operacionalización de categorías y conceptos debe ser coherente en términos teóricos y empíricos con todo el proceso de la investigación para guardar una estricta relación biunívoca entre la construcción del modelo académico y la verificación empírica.

“Las teorías pueden construirse, remodelarse, reconstruirse lógicamente, aplicarse, destruirse y olvidarse. La construcción de una teoría científica es siempre la edificación de un sistema más o menos afinado y consistente de enunciados que unifica, amplía y profundiza ideas, las cuales en el estadio preteorético, habían sido más o menos intuitivas, imprecisas, esquemáticas e inconexas”, sostiene Bunge (1989: 486) acerca del campo teórico de la investigación.



En el gráfico es posible encontrar los dos escenarios del campo de la comunicación periodística. El proceso de definición de los hechos noticiosos parte de la cobertura de las fuentes de información donde se recogen datos, cuyos contenidos luego son examinados, analizados, reflexionados y publicados por los editores de la redacción de noticias de un medio, en este caso, la televisión.

La categoría central que fundamenta el presente marco teórico es la *AGENDA SETTING*, cuyos alcances académicos se remontan a los años 50 cuando la televisión se constituyó en uno de los medios más influyentes en el campo político, después de los acontecimientos de la segunda guerra mundial.

Eugene Burdick<sup>13</sup> es uno de los principales gestores del cambio de orientación de la teoría de los efectos, cuando en 1956 descubre que las teorías precedentes perdían cada vez más su influencia en la conducta de los individuos. De los efectos en las actitudes y comportamientos se cambia por los efectos cognitivos, o lo que ahora se llama con propiedad la *AGENDA SETTING*.

**The Agend Setting**

La agenda setting: Años 50 – 60 adelante...

Los efectos cognitivos de la comunicación a largo plazo

**Autores:** Eugene Burdick  
Maxwell McCombs  
Donald Shaw  
Bernard Cohen

**Los media tienen poco éxito en decirle a la gente qué pensar.  
Pero, tienen más éxito dándole en qué pensar**

“Por los medios, los públicos toman conciencia o ignoran, atienden o descuidan, enfatizan o pasan por alto, elementos de los escenarios públicos”.

---

<sup>13</sup>. Siles Espada, Hugo (1995). Modelos y efectos de la comunicación. Significación compartida. La Paz. p. 116.

“...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. El público además tiende a asignar a lo que incluye una importancia que refleja el énfasis atribuido por los mass media a los acontecimientos, a los problemas, a las personas (Shaw, 1979, 96)<sup>14</sup>”.

#### **Dimensión cognitiva**

- 1.La televisión entra a los efectos de la comunicación
- 2.Los efectos en las actitudes y comportamientos es reemplazado por el efecto cognoscitivo
- 3.La comunicación de masas refuerza los conocimientos previos
- 4.Paso de la persuasión a la cognitiva
- 5.El receptor selecciona la información para orientar sus cogniciones en función de su entorno y sus futuras respuestas

**Cambio en el tipo:** De las actitudes, valores y comportamientos a efecto cognitivo

“Como afirma Cohen, si bien es verdad que la prensa puede no conseguir la mayor parte del tiempo decir a la gente lo que debe pensar, es sorprendentemente capaz de decir a los propios lectores en torno a qué temas debe pensar algo (1963, 13)”

---

<sup>14</sup>. Cita que se encuentra en el texto de Mauro Wolf, la Investigación de la comunicación de masas. p. 163.

### Dimensión temporal

1. De corto plazo a largo plazo
2. Son sedimentados en el tiempo
3. El medio establece un tema en el público
4. Por tanto, se abandona la idea estímulo respuesta
5. Poder que ejercen los medios para influir y determinar los temas de interés colectivo
6. La Agenda Setting modifica la comprensión que la gente tiene de la realidad mediante los media
7. Cuanto mayor es el énfasis sobre un tema, mayor interés del público
  - a) "Orden del día" de los temas, argumentos y problemas en la agenda de los medios.
  - b) Jerarquía e importancia en el orden del día de la agenda.

Esta reflexión implica que los medios proporcionan a los públicos algo más que la cantidad de noticias que cotidianamente se difunden. Ese algo, implica la construcción de una realidad en la mente de los receptores con el fin de afectar su parte cognoscitiva y de ese modo forman opinión social sobre los acontecimientos que se producen en la sociedad, la naturaleza y el pensamiento.

“Los periódicos son los primeros promotores en organizar la agenda del público. Definen ampliamente el ámbito del interés público, pero los informativos televisivos no carecen totalmente de influencia. La televisión tiene un cierto impacto a corto plazo sobre la composición de la agenda del público. Tal vez la mejor manera de describir y distinguir dichas influencias sea aplicar a los periódicos el papel de *agenda setting* y a la televisión el de “*enfaticación*” (o spot-lighting). La naturaleza fundamental de la agenda parece a

menudo estar organizada por los periódicos, mientras que la televisión esencialmente reorganiza o reconstruye los temas principales de la agenda (McCombs, 1976, 6)<sup>15</sup>.

<p style="text-align: center;"><b>Gatekeeper<sup>16</sup></b></p> <p style="text-align: center;"><b>Kurt Lewin creador del concepto</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. El periodista en la determinación de los acontecimientos como interesantes y cuáles no.</li><li>2. Selección de los acontecimientos noticiables y el tratamiento de la información</li></ol> <p style="text-align: center;">Hipótesis:</p> <p style="text-align: center;">“La gente tiende a incluir o excluir de sus propios conocimientos lo que los media incluyen o excluyen de sus propios contenidos”.</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Los media dan noticias y categorías para su valoración</li><li>2. Cada medio fija su propia agenda</li><li>3. Las combinaciones de medios pueden ser más efectivas</li></ol>
---

La frecuencia de los hechos difundidos marca la relevancia de una noticia con el fin de crear en la gente una forma de realidad desde la perspectiva de los medios masivos de comunicación, en este caso, la televisión que tiene la capacidad de publicar sucesos en tiempo real y con una inmediatez que ningún otro supera en velocidad e instantaneidad.

En primer lugar, aunque presento la agenda setting como un conjunto integrado de presupuestos y de estrategias de investigación, en realidad la homogeneidad se encuentra más a nivel de enumeración general de la hipótesis que en el conjunto de datos y verificaciones empíricas, debido también en parte a una falta de homogeneidad metodológica.

---

<sup>15</sup>. Concepto expuesto en el texto de Mauro Wolf. p. 183.

<sup>16</sup>. El concepto Gatekeeper forma parte de la teoría de la *agenda setting*, cuyas reflexiones se encuentran en los aportes de sus creadores, así como en los ensayos críticos de este campo de conocimiento (Wolf 1987), (Siles 1995).

La hipótesis de la *AGENDA SETTING* en su estado actual, por tanto, es más un núcleo de observaciones y de conocimientos parciales, susceptibles de ser ulteriormente articulados e integrados en una teoría general sobre la mediación simbólica y sobre los efectos de realidad operado por los mass media, que un definido y establecido paradigma de análisis.

En segundo lugar, esta hipótesis sobre las influencias a largo plazo es un buen terreno de integraciones en otras tendencias de análisis. En particular, dado que el efecto del que se habla se refiere al conjunto estructurado de conocimientos absorbidos de los media, los distintos factores que en la producción de información determinan las “distorsiones involuntarias” en las representaciones difundidas por los media, asumen importancia también respecto a la hipótesis de la *agenda setting*. (Roberts 1972, 380)<sup>17</sup>.

La hipótesis, por tanto, plantea el problema de una continuidad a nivel cognoscitivo, entre las distorsiones que se originan en las fases productivas de la información y los criterios de importancia, de organización de los conocimientos, que los destinatarios de dicha información absorben y hacen propios.

Por último, la hipótesis señala la divergencia existente entre la cantidad de informaciones, conocimientos, interpretaciones de la realidad social aprendidas de los media y las experiencias de “primera mano”, personal y directamente vividas por los individuos.

Al poner el acento en esta creciente *dependencia cognoscitiva* de los media, la hipótesis de la *agenda setting* postula un impacto directo, aunque no inmediato, sobre los destinatarios, que se configura a partir de dos niveles:

- El “orden del día” de los temas, argumentos, problemas, presentes en la agenda de los media.
- La jerarquía de importancia y de prioridad con la que dichos elementos son dispuestos en el “orden del día”.

---

<sup>17</sup> Ibidem, pág. 164

La manera de jerarquizar los acontecimientos o los temas públicos importantes, por parte de un sujeto, es similar a la valoración que operan los media de los mismos problemas, pero sólo si la agenda de los media es valorada sobre un largo periodo de tiempo, como un efecto acumulativo.

### **2.1.2. La fijación del orden temático**

Los medios de difusión por el simple hecho de prestar atención a algunos temas e ignorar otros, tienen un efecto sobre la opinión pública.

La gente tenderá a conocer aquellas cuestiones de las que se ocupan los medios de difusión y adoptará el orden de prioridades que se asigna a los diversos temas.

De hecho, los estudios empíricos de la comunicación colectiva han confirmado que los efectos más probables que se producirán, serían en asuntos de información.

La gente aprende cuáles son los temas y de acuerdo con qué importancia se ordenan.

Los investigadores norteamericanos Maxwell McCombs y Donald Shaw (1972, 1976) son los más conocidos entre los nuevos defensores de la hipótesis del establecimiento de la agenda.

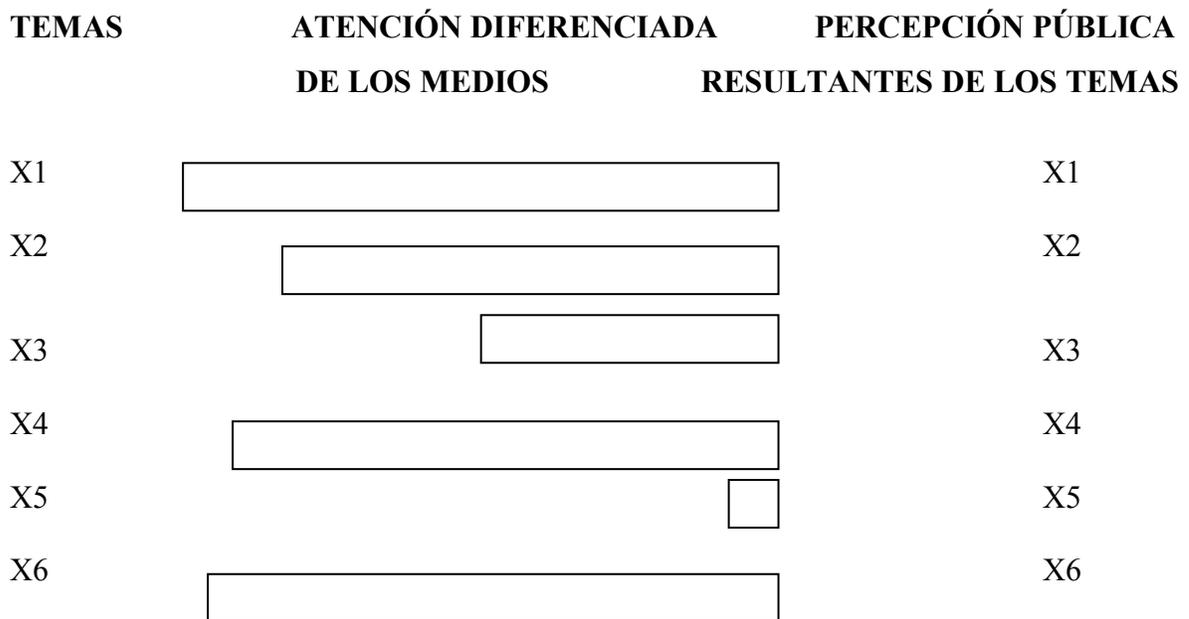
En 1976 escribieron: “las audiencias no sólo aprenden sobre los asuntos públicos y otras cuestiones a través de los medios, sino que aprenden también qué importancia han de otorgar a un tema o asunto por el énfasis que los medios de difusión ponen en él. En otras palabras, los medios de difusión establecen la “agenda” de la campaña<sup>18</sup>.

---

<sup>18</sup> McQUAIL, Denis y WINDAHL Sven. Modelos para el estudio de la comunicación colectiva Ed. Eunsa (1997), Pág. 130 - 131

### 2.1.2.1. El modelo básico

Es posible comprobar esta idea mediante la comparación de los resultados del análisis cuantitativo del contenido de los medios con los cambios en la opinión pública, utilizando encuestas en dos o más momentos sucesivos.



**Fuente:** McCOMBS, Maxwell y SHAW, Donald (1972, 1976). The agenda setting function of mass media, “el modelo del establecimiento de la agenda (agenda setting)”: las cuestiones que reciben más atención de los medios de difusión serán percibidas como las más importantes.

### 2.1.2.2. La Tematización

Con este término se indica la transformación y el tratamiento de un cierto número de acontecimientos y hechos distintos, en un único ámbito de importancia, que es consecuentemente tematizado.

La tematización es un procedimiento informativo perteneciente a la hipótesis de la agenda setting, del que representa una modalidad particular: tematizar un problema significa, efectivamente, colocarlo en el orden del día de la atención del público, concederle la

importancia adecuada, subrayar su centralidad y su significatividad respecto al curso normal de la información no tematizada.

Su función es seleccionar ulteriormente los grandes temas sobre los que concentrar la atención pública y movilizarla hacia decisiones. Lo que, por tanto, distingue a un tema de un acontecimiento a la que ya le haya sido asignada importancia y mayor interés comunicativo, es, en esta acepción, no solo el recoger una serie de acontecimientos a lo largo de un periodo importante de tiempo, en un espacio específico, temporal y espacialmente limitado, sino el hacer converger esta misma serie de acontecimientos en la indicación de un problema que tenga significado público y reclame una solución o decisión. (Rosita, 1982,139)<sup>19</sup>

El caso específico de la tematización como ejemplo de una dirección particular de investigación en el ámbito más amplio de la hipótesis de agenda setting indica un desarrollo que la hipótesis está empezando a recorrer, es decir, el problema de cómo nace un tema a partir de los mecanismos complejos de la información de masas, de cuáles son las fuerzas, los procesos y las condiciones que limitan y enfatizan su visibilidad social.

La hipótesis de la agenda setting, por tanto, se dispone a recoger las necesarias integraciones y sugerencias del estudio de las condiciones sociales, profesionales y técnicas de transformación de los hechos en noticias y temas.

### **2.1.2.3. La agenda setting en la televisión**

Los dos medios están dotados de un diferente poder de influencia: las noticias televisivas son demasiado breves, rápidas, heterogéneas y están “hacinadas” en un formato temporal limitado, es decir, son demasiado fragmentarias para tener un significativo efecto de agenda; las características productivas de los informativos televisivos no permiten, por tanto, una eficacia cognoscitiva duradera, mientras que, al contrario, la información

---

<sup>19</sup> WOLF, Mauro. La investigación de la comunicación de masas. Ed. Paidós (1991) Pág. 184 - 185

impresa posee todavía la capacidad de indicar eficazmente la distinta importancia de los problemas presentados.

La información impresa proporciona a los lectores una indicación fuerte, constante y visible de relevancia, mientras la televisión tiende a achatar la importancia y el significado de lo que es transmitido.

Los temas fundamentales de la confrontación política son sistemáticamente penalizados a favor de los elementos de competición, minimizan los temas electorales. Muchas opiniones de los políticos sobre los temas principales son totalmente ignorados, es así que con mayor frecuencia, cuando los canales refieren algo sobre un tema, la noticia está cargada de muchos perifollos para hacerla visualmente interesante.

Ello da lugar a una cobertura de los temas tan superficiales que resulta carente de significado; la información televisiva cotidiana presenta por tanto una situación de aprendizaje imposible: el público es asediado por noticias fragmentarias, totalmente inapropiadas para formar un marco cognoscitivo adecuado a las opciones que el lector deberá llevar a cabo.

Esta conclusión también coincide con el estudio sobre la cobertura de un canal televisivo americano en la Convención demócrata de Miami Beach de 1972. La enfatización de las controversias, de los aspectos insólitos, el acento en los candidatos principales (en detrimento de la actividad de los delegados), la penalización, son factores que contribuyen de forma determinante a hacer que dichas características sean atribuidas más a la naturaleza del hecho político que a la lógica de su representación televisiva. (Paletz – Elson, 1976)<sup>20</sup>

De este estudio se pueden extraer dos conclusiones: las distintas medias tienen una capacidad diferenciada de establecer el orden del día de los temas públicamente importantes.

---

<sup>20</sup> Ibidem, Pág. 168

Los informativos televisivos desempeñan un papel en este proceso de agenda setting. Lo juegan sobre todo en relación al bajo perfil de la agenda: es decir, no tanto la capacidad de focalizar temas y argumentos concretos, delimitados, un orden del día jerarquizado (efecto mas propio de la información impresa), como la capacidad mas indiferenciada (pero igualmente importante) de enfatizar algunos aspectos generales en detrimento de otros, los aspectos competitivos y formales, de entre bastidores, frente a los elementos sustanciales de una estrategia política.

### **2.1.3. El uso de la agenda televisiva**

Se refiere al correcto planteamiento de la confrontación entre las capacidades de *agenda setting* de los media: debe ser planteado según las modalidades específicas de cada medio para generar dicho efecto, mas que según una capacidad (o incapacidad) absoluta para generarlo.

También el medio televisivo en determinadas condiciones y según sus propias características puede obtener efecto de *agenda setting*.

La cobertura televisiva determina una particular relevancia en circunstancias como la interrupción de la programación ordinaria para informar sobre acontecimientos “extraordinarios”, el uso de una presentación visual eficaz y persuasiva de los hechos informados, la cobertura en vivo, en directo, de un acontecimiento.

Estas características comunicativas y condiciones técnicas atribuyen un particular relieve a la información televisiva, y por tanto, una mayor potencialidad para obtener efectos de agenda setting.

El uso de los visuales (es decir, de los acontecimientos públicos programados de tal forma que encuentren amplio espacio e inmediata cobertura en directo en los telediarios: por ejemplo el viaje a España de Evo Morales, las celebraciones en Cuba, etc.) demuestra la conciencia de que también el medio televisivo tiene su particular y específico efecto de agenda.

## **2.2. Los tipos de agendas**

### **2.2.1. Conocimiento y públicos para el efecto de la *AGENDA SETTING***

Un intento de asumir dicha complejidad está representado por un estudio en el cual se articula con mayor precisión el concepto de “conocimientos asimilados” por los destinatarios, analizando qué clase de nociones son aprendidas y a qué niveles se sitúan. Ya no es suficiente, por tanto, observar si se produce aprendizaje de informaciones y sobre qué temas, sino que también hay que analizar los tipos de informaciones difundidas y “pasadas” de una agenda a otra.

El estudio conducido sobre temas económicos, distingue tres niveles de conocimientos:

El primero es el más superficial e incluye simplemente el “título” del área temática (por ejemplo: economía, contaminación, burocracia, política, etc.).

El segundo nivel analiza conocimientos más articulados, por ejemplo los distintos aspectos de un problema, sus causas, las soluciones propuestas (desempleo, inflación, elevado precio de las materias primas, reducción de las tasas de interés, etc.).

El tercer nivel delimitado más específico, como las argumentaciones favorables o contrarias a las soluciones propuestas, los grupos que apoyan las distintas estrategias económicas, entre otras dimensiones.

### **2.2.2. Tipos de agendas según Rogers y Dearing**

En consecuencia, distinguen entre tres tipos de agenda la agenda de los medios, que se refiere a las prioridades de atención a los temas y acontecimientos en el contenido de los medios; a la agenda pública, que se refiere a la diversa preeminencia de los temas en el conocimiento público y en la opinión pública; y la agenda política, que describe los temas y las propuestas de los políticos.

Distinción entre tres tipos de agendas:

- I. ***La Agenda de los medios:*** que se refiere a las prioridades de atención a los temas y acontecimientos en el contenido de los medios. Los medios de difusión influyen directamente en la agenda pública, presumiblemente por el grado de atención que se les presta y por su autoridad.

Por su parte, la agenda de los medios tiene influencia directa independientemente en la agenda política, porque es usada por los políticos como guía de la opinión pública.

La agenda de los medios está influenciada directamente por muchas fuentes y por los “sucesos del mundo real” que llaman la atención de los medios, un factor que normalmente no se incluyó en las primeras consideraciones del proceso.

- II. ***La Agenda pública:*** que se refiere a la diversa preeminencia de los temas en el conocimiento público y en la opinión pública. La agenda pública (opinión pública) influye en la agenda política, porque los políticos buscan responder a lo que los votantes puedan querer.

- III. ***La Agenda política:*** que describe los temas y las propuestas de los políticos. En algunos casos, la agenda política tiene una influencia fuerte y directa sobre la agenda de los medios.<sup>21</sup>

Estas aportaciones pueden unirse, para mostrar el proceso total del funcionamiento.

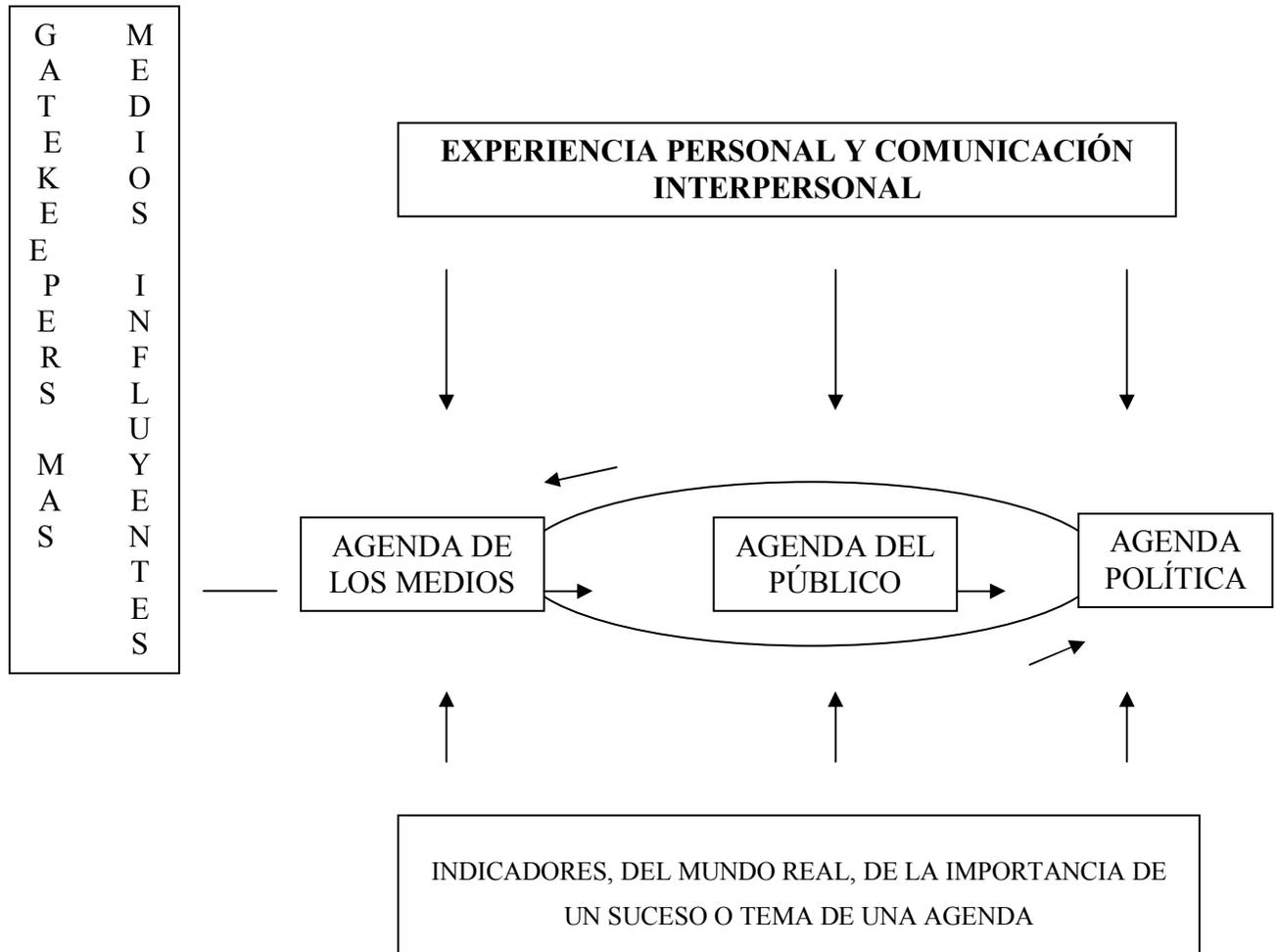
---

<sup>21</sup> McQUAIL, Denis y WINDAHL Sven. Modelos para el estudio de la comunicación colectiva Ed. Eunsa (1997), Pág. 134 - 135

La investigación parece mostrar los siguientes tipos principales de interacciones o efectos entre las tres agendas.

### MODELO AGENDA SETTING

Rogers y Dearing



Fuente: Modelo de *agenda setting* de Rogers y Dearing (1987)

El modelo representa los diferentes tipos de efectos y retroalimentaciones que se acaban de perfilar. Nos recuerda, además, que los medios de difusión, el público y la élite política, cohabitan, más o menos, en el mismo entorno por lo que se refiere a sucesos especialmente significativos, y cada uno de los tres mundos separados está conectado y penetrado por redes de contactos personales e influidos por la experiencia personal.

La *agenda setting* puede ser intencional o no intencional y puede ser iniciada tanto por los medios como por los políticos. No podemos excluir la posibilidad de que el mismo público afecte a la agenda de los medios, ya que algunos medios buscan claves para la selección de contenidos estimando las preocupaciones del público, independientemente de los sucesos, de los que hagan otros medios o de las opiniones de la élite política.

### **2.2.3. La agenda pública**

El procedimiento estándar de este tipo de análisis prevé una comparación entre la agenda de los media y la agenda del público: una medida agregada del contenido de los medios de comunicación es comparada con una medida agregada de los conocimientos poseídos por los destinatarios.

El aspecto más aliviado y, en cambio, crucial para una articulación satisfactoria de la hipótesis corresponde a las modalidades de “paso”, de transformación de una agenda a otra. Pero no es este el único aspecto problemático.

#### **2.2.3.1. La agenda pública en Bolivia**

Se entiende por agenda pública la variedad de temas debatidos en los medios de comunicación y que mantienen la atención y preocupación de la opinión pública. Por lo general, se la asocian los temas políticos y económicos más relevantes y es la que motiva las pugnas y correlación de fuerzas del sistema político.

Los teóricos creen que quien controla la agenda, tiene posibilidades de influir en la sociedad, imponer su particular punto de vista y desarrollar y ampliar su capacidad de acción política.

Los equipos de planificación y estrategia política de los gobiernos tratan, mediante una serie de acciones coordinadas, controlar esa agenda pública, al mismo tiempo que procuran restarle credibilidad e iniciativa a los partidos opositores, gremios empresariales y otros factores de poder.

Dice Charron: “una de las preguntas centrales que se formula la investigación clásica sobre la *Agenda Setting* es la siguiente:

¿Quién determina la agenda de los medios? En esta perspectiva se trata de establecer quiénes (las fuentes de información o los periodistas) determinan la agenda de los medios.

En la perspectiva de la *agenda setting* se trata de medir la importancia relativa de los actores que participan de las noticias partiendo de la base de que los actores más visibles son más influyentes”<sup>22</sup>.

Y sobre influencia en la agenda de los asuntos públicos dice: (esta) se mide por la capacidad que tiene un actor de imponer o condicionar cierta definición de la realidad. (...).

El modelo (*de agenda setting*) supone un intercambio entre la fuente y la prensa, intercambio en la que cada parte actúa y reacciona a partir de sus intereses, sus valores, sus recursos y sus limitaciones”.

### ¿Quién define la agenda pública?

	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>
La oposición	1	3,4 %
El gobierno	4	13,8 %
La prensa	10	34,5 %
El parlamento	11	37,9 %
Otra	2	6,9 %
Ns/ nr	1	3,4 %

**Fuente:** PEÑARANDA, Raúl. Prensa y Poder en Bolivia.

---

<sup>22</sup> PEÑARANDA, Raúl; ROJAS, Cesar. Prensa y Poder en Bolivia. Ed. Edobol (2004). Pág. 64

En Bolivia, salvo excepciones, los gobiernos no han logrado realmente dominar e imponer la agenda. Se han visto vulnerables a los vaivenes políticos, a las variadas denuncias de los medios, a la presión de los partidos de la oposición y a la propia inconsistencia de las alianzas oficialistas. La lucha entre los medios, la oposición y el Poder Ejecutivo sobre quiénes domina los temas de debate público por lo general ha sido favorable a los dos primeros.

Los periodistas consultados, sin embargo, creen que es el mundo político el que establece la agenda. Las respuestas “parlamento” y “Gobierno” se lleva el 51,7 por ciento de las respuestas (pregunta No 15). El 34,5 por ciento de los periodistas cree que son los medios los establecen la agenda pública, mientras la oposición, según esta visión, tiene sólo el 3,4 por ciento.

*“Una sugerencia importante y/o recomendación*, planteamos la implementación de un Observatorio de la Calidad Mediática, donde se evalúen, según parámetros definidos, las características el trabajo informativo de los medios y donde se realicen observación por medios, programas y periodistas.

Esta tarea, además, debería estar complementada por cursos continuos de capacitación a los periodistas, debiendo tomar las distintas asociaciones de periodistas un rol más activo en este sentido.

También sería positivo que la iniciativa del Defensor de los lectores se generalice hacia la radio y la televisión, que son los medios – sobre todo la televisión – con evaluaciones, más negativas”<sup>23</sup> .

---

<sup>23</sup> Ibidem, Pág. 80

### **2.3. La construcción de la agenda**

Cabe pensar, por tanto, que más que lineal, el proceso de “construcción de agenda sea un proceso colectivo con un cierto grado de reciprocidad”

Algunas fases en concreto parecen ser importantes:

1. Los media enfatizan un acontecimiento, un grupo, una personalidad, etc., hasta hacerla pasar a primer plano. Tipos distintos de temas exigen cantidad y calidades diferentes de cobertura para atraer la atención. Esta es la fase de la focalización, pero es solo la primera, necesaria aunque en si misma insuficiente para determinar la influencia cognoscitiva.
2. El objeto focalizado por la atención de los media debe ser enmarcado, debe ser interpretado a la luz de algún tipo de problema que representa: es la fase del framing, es decir, de la “imposición” de un marco interpretativo a lo que ha sido cubierto intensivamente
3. En la tercera fase, se crea una relación entre el objeto o acontecimiento y un sistema simbólico, de manera que el objeto pase a ser parte de un panorama social y político reconocido; es la fase en la que los media son decisivos para relacionar hechos discretos, discontinuos, en una sucesión constante, que se desarrolla sin solución de continuidad
4. Por último, el tema adquiere consistencia si puede personificarse en individuos que se constituyan como “portavoces”. La posibilidad de dar forma a la agenda reside en gran parte en su habilidad para dirigir la atención de los media, en un proceso de enfatización que repropone el ciclo completo de fases.

## **2.4. El diferente poder de agenda de los medios**

Un trabajo de McClure y Patterson, sobre la campaña presidencial americana de 1972 evidencia una importante especificación que hay que añadir a la hipótesis.

Para los consumidores de información televisiva el aumento de consumo no se traduce en un mayor efecto de *agenda setting*, mientras ello ocurre entre los fuertes consumidores de información impresa.

“En todos los análisis de los datos de 1972, la comparación entre la influencia de la información televisiva y el poder de otros canales de comunicación política (periódicos, spots publicitarios) muestra que la exposición a las noticias televisivas ha obtenido invariablemente los efectos menores sobre el público (...).

Hay una confirmación limitada a la hipótesis de la agenda setting, sobre algunos, pero no todos, los temas, los niveles de exposición a las mass media muestran una directa influencia de agenda setting.

Normalmente, sin embargo, el efecto directo esta en relación con el consumo de periódicos locales y no con los informativos televisivos<sup>24</sup>.

### **2.4.1. El contexto social y el efecto de los media**

El efecto de conversión activado por los media se realiza “mediante una redefinición de los problemas (...) Problemas sobre los que las personas precedentemente habían reflexionado muy poco a los que habían dedicado una atención limitada, asumen nuevo relieve desde el momento en que son puestos en evidencia por la propaganda.

De esta forma, la comunicación política ocasionalmente puede infringir fidelidades tradicionales de partido” (Lazarsfeld – Berelson – Gaudet, 1944, 98).

---

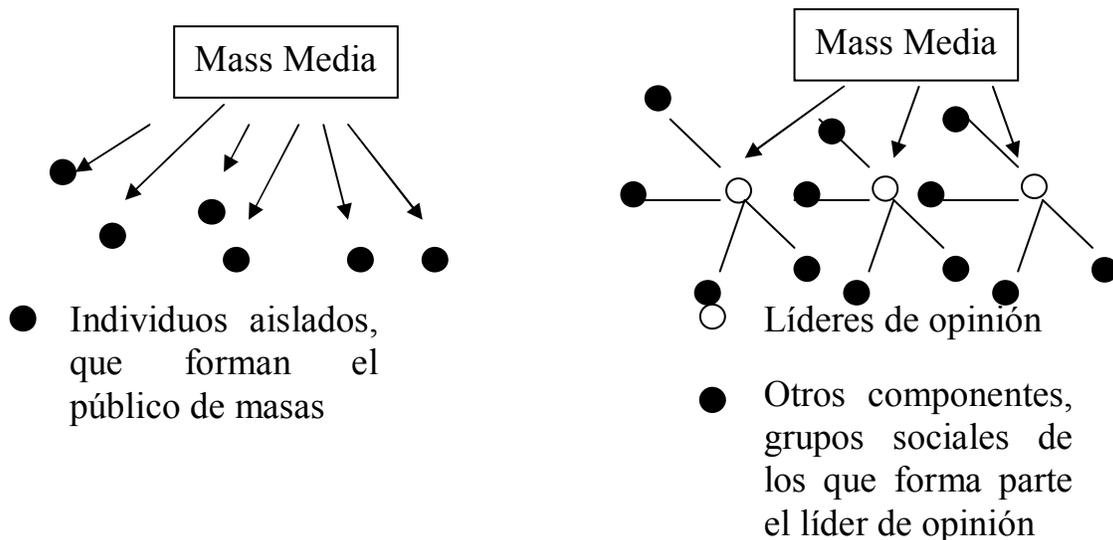
<sup>24</sup> WOLF, Mauro. La investigación de la comunicación de masas. Ed. Paidós (1991) Pág. 167

Aparte de la ilustración de este mecanismo, que prefigura casi treinta años antes, la hipótesis de la *AGENDA SETTING*, las conclusiones de Lazarsfeld – Berelson – Gaudet subrayan, por un lado, la estabilidad en los procesos de formación de las actitudes políticas (la mitad del electorado examinado sabía qué votar desde antes del comienzo de la campaña), por otro, las conexiones de esta tendencia individual y la red de las relaciones sociales significativas de cada sujeto.

En el seno de estas relaciones sociales la tendencia a desarrollar actitudes compartidas por los demás elementos del grupo pone de manifiesto la existencia de los líderes de opinión y su función de mediadores entre los mass media y los demás individuos menos interesados o menos partícipes en la campaña presidencial (los nonleader o seguidores).

La corriente de la comunicación a dos niveles (two – step flow of comunicacion) está determinada justamente por la mediación que los líderes desarrollan entre los media y los demás individuos del grupo.

La oposición entre teoría hipodérmica y modelo del step-two flow puede representarse gráficamente de la siguiente forma:



\*\* Fuente: Modelo “step-two flor” (citado por Katz – Lazarsfeld, 1955)

Pero los líderes de opinión y la corriente comunicativa a dos niveles son solo uno de los modos en que se forman las actitudes del individuo en el marco de relaciones estables de grupo: otra forma es la de la cristalización (o aparición) de las opiniones<sup>25</sup>.

## **2.5. Problemas de la *AGENDA SETTING***

Se encuentran en la teoría subyacente.

“Una variable importante y olvidada en el proceso es el poder. El poder relativo de las fuentes en relación con los medios y con otras fuentes determina en parte a qué agenda (a la agenda de quién) se otorga preeminencia.

### **2.5.1. Problemas y confusiones de la agenda**

- En la agenda no siempre se busca efectos directos de los medios de difusión sobre las agendas personales de los miembros individuales de la audiencia, o si hemos de suponer que el establecimiento de la agenda funciona a través de la influencia interpersonal.
- Un segundo problema se refiere, a los diversos tipos de agenda que están implicadas. Podemos hablar de las agendas de individuos o grupos o podemos hablar de las agendas de instituciones, como los partidos políticos o los gobiernos. Podemos suponer que los medios tiene un papel múltiple puesto que pueden intentar influir sobre la opinión del público y también sobre la élite.
- La tercera ambigüedad teórica se refiere al grado de intención que puede atribuirse a los medios de difusión. En ocasiones, el establecimiento de la agenda ha de contemplarse como un proceso o más o menos consciente y sistemático de dirigir la

---

<sup>25</sup> Ibidem, Pág. 57 - 58

atención a través de los medios, pero, en otras ocasiones, la teoría del establecimiento de la agenda se vincula estrechamente al enfoque funcional.<sup>26</sup>

“La teoría del establecimiento de la agenda acerca de los efectos de los medios es tributaria de la tradición científica (de los usos y gratificaciones) en su punto de partida: un enfoque inicial sobre las necesidades de la gente” hay, consiguientemente, alguna incertidumbre acerca de si el establecimiento de la agenda lo inician los medios o los miembros del público y sus necesidades, o, podríamos añadir las élites institucionales que actúan como fuentes de los medios.

## **2.6. Conceptos adecuados a la *AGENDA SETTING***

### **A. El funcionalismo**

Los paradigmas sociológicos:

En el campo del estudio de la realidad social, y bajo el riesgo de caer en el esquema (que a veces resulta útil con fines didácticos) se puede hablar de la existencia de tres grandes paradigmas: el funcionalismo, el estructuralismo y el materialismo histórico o marxismo, en cuanto, sistemas teóricos explicadores.

*El funcionalismo*, piensa a la sociedad como una unidad orgánica en la que los diferentes elementos que la componen cumplen una función (y papel), es decir que, desarrollan una “conducta esperada” que invariablemente implica una contribución a la pervivencia del sistema social. Así, la corriente funcionalista se ocupa de conocer cuáles son los elementos del todo y qué funciones desempeñan, además de que mide el grado en que son o no cumplidas dichas funciones e investiga la forma en que esos rendimientos pueden ser mejorados, siempre con vista a perpetuar, en lo esencial, el estado de cosas presente<sup>27</sup>.

---

<sup>26</sup> McQUAIL, Denis y WINDAHL Sven. Modelos para el estudio de la comunicación colectiva Ed. Eunsa (1997), Pág. 133

<sup>27</sup> TORRICO, Erick. Tesis en comunicación. Ed. AGL. (1997). Pág. 32

El énfasis que hace este paradigma en el concepto de función se relaciona con su interpretación de que cada función satisface una determinada necesidad o costumbre social, especialmente aquellas de índole biológica.

El funcionalismo, es la corriente con la que, en la práctica, surgió la investigación de la comunicación. Su preocupación central tiene que ver con las funciones que desempeñan los medios de difusión en un sistema social.

Por ello es que también se conoce a esta propuesta teórico-metodológica como medio – lógica, es decir, interesada prioritariamente en el estudio de los media y sus efectos.

El análisis funcional examina las consecuencia positivas (funciones) y negativas (disfunciones) de los fenómenos sociales que afectan al funcionamiento normal (estable), a la adaptación o al ajuste de un sistema dado (individuos, grupos, sociedades o culturas), y recuerda que los aspectos factibles de ser investigados desde esta perspectiva son aquellos que constituyen asuntos estandarizados, socialmente institucionalizados y que, por ende, se repiten y son normativos de las conductas.

La comunicación masiva no sólo es un fenómeno normativo y repetitivo que lleva a cabo funciones básicas –supervisión del entorno, correlación de las partes de la sociedad con las respuestas del entorno, transmisión cultural intergeneracional y entretenimiento-, sino que, igualmente, dispone de una organización.

Por último propone una “fórmula” que amplía el paradigma de Lasswell (“quién - dice qué - por qué canal - a quién - con qué efectos”) y puede servir como orientadora genérica para las investigaciones funcionalistas.<sup>28</sup>

Si bien el interés principal del funcionalismo son las consecuencias de los medios, estas suponen no solamente un análisis institucional de los media sino, además, otro de los

---

<sup>28</sup> Ibidem, Pág. 35 - 36

contenidos difundidos y otro de las audiencias (sus características, sus preferencias, sus reacciones).

El origen del funcionalismo como propuesta conceptual sobre la comunicación tiene su origen en la corriente funcionalista general de la sociología.

El clima científico por el que atravesaban las ciencias sociales en los años cuarenta, estaba marcado por el funcionalismo, lo que incidió en el desarrollo de un enfoque específico derivado de esa corriente sobre la comunicación de masas, representado inicialmente por Lasswell y Wright en el año 1986. Aunque en ocasiones se le identifica simplemente como el enfoque funcionalista sobre la comunicación, el término más utilizado es el de análisis funcional.

El influyente sociólogo proponía estudiar la comunicación de masas desde dos marcos de referencia: su estructura y sus funciones. Sobre estas últimas, señalaba tres:

1. La supervisión del entorno.
2. La correlación de las distintas partes de la sociedad en su respuesta al entorno.
3. La transmisión de la herencia social de una generación a la siguiente.
4. El entretenimiento (agregado por Wright).

#### **B. Las cuatro funciones de la comunicación de masas, según Lasswell y Wrigth**

##### ***Supervisión del entorno***

Función de recopilar y distribuir información respecto al entorno, tanto dentro como fuera de cualquier sociedad particular. Corresponde aproximadamente a la circulación de noticias.

##### ***Correlación***

Interpretación de la información sobre el entorno sugerencia de cómo reaccionar ante los acontecimientos: (Editoriales, propaganda).

(Interpretación)

***Transmisión de cultura***

Actividades destinadas a comunicar el acopio de las normas sociales de un grupo, información, valores, etc., de una generación a otra de los miembros de un grupo a los que se incorpora al mismo (secciones culturales, documentales históricos y artísticos, etc.)

***Entretenimiento***

Actividad destinada primordialmente a distraer a la gente, independientemente de los efectos Instrumentales que pueda tener.

Cuadro elaborado con base en la lectura de Charles Wright. “Análisis funcional y comunicación de masas”, en M. de Moragas (ed). Sociología de la comunicación de masas, Vol. 2, Gustavo Pili, Barcelona, 1986, pp 69-90.

Como explica Wright, cada una de las funciones anteriores ya se daba desde antes de que existieran los medios, pero en estos ha venido a ocupar un lugar mucho mas importante.

El hecho de que estas actividades se cumplieran a través de medios masivos y no mediante el contacto interpersonal, según este autor, deriva en tres tipos de consecuencias:

- Funciones manifiestas: los resultados buscados explícitamente.
- Funciones latentes; los resultados inesperados.
- Disfunciones: los efectos indeseables desde el punto de vista de la sociedad o de sus miembros.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> LOZANO, José Carlos. Teoría e investigación de la comunicación de masas. (1999). Ed. Azteca. Pág. 83

### **C. La teoría funcionalista de la comunicación de masas**

La teoría funcionalista de los media representa el mentís más explícito al lugar común según el cual la crisis del sector obedecería fundamentalmente a la indiferencia, al desinterés, a la distancia entre teoría social general y communication research.

Para gran parte de los estudios mediológicos esto no parece del todo convincente o, al menos (como veremos mas adelante), si ha habido y si hay carencia de un paradigma teórico general, ha sido mas a nivel comunicativo que sociológico: además, en este caso particular el cuadro interpretativo sobre los media se remite explicita y programáticamente a una teoría sociológica bastante compleja como el estructural-funcionalismo.<sup>30</sup>

Antes de ilustrar el modelo, hay que precisar algunos rasgos generales. También la teoría funcionalista de los media representa básicamente una visión global de los medios de comunicación de masas en su conjunto: es cierto que sus articulaciones internas establecen diferencias entre géneros y medios específicos, pero la observación más significativa es la que tiende a explicitar las funciones desarrolladas por el sistema de las comunicaciones de masas.

De esta forma se completa el recorrido seguido por la investigación mediológica, que habla empezado concentrándose en los problemas de la manipulación, para pasar a los de la persuasión, luego a la influencia, llegando finalmente a las funciones.

Desde este punto de vista, la teoría funcionalista de las comunicaciones de masas representa un momento significativo de transición entre las teorías precedentes sobre los efectos a corto plazo y las sucesivas hipótesis sobre los efectos a largo plazo, aunque respecto a estas últimas el marco teórico general de referencia sea bastante distinto (el estructural – funcionalismo en el primer caso; la sociología del conocimiento y en parte la psicología cognoscitiva en las hipótesis sobre los efectos a largo plazo).

---

<sup>30</sup> WOLF, Mauro. La investigación de la comunicación de masas. Ed. Paidós (1991) Pág. 68 - 69

Lo que define el campo de interés de una teoría de los media ya no es la dinámica interna de los procesos comunicativos (como es típico sobre todo de la teoría psicológico experimental), sino la dinámica del sistema social y el papel desempeñado en ella por las comunicaciones de masas.

En este sentido – aunque sea con todas las importantes diferencias derivadas del marco conceptual de fondo, la perspectiva es muy similar a la desarrollada por las sucesivas teorías mediológicas generales, que al igual que ella dan pertinencia al estudio de las comunicaciones de masas a partir del problema del equilibrio y del conflicto social.

La teoría funcionalista de los media representa por tanto una etapa importante de la creciente y progresiva orientación sociológica de la communication research.<sup>31</sup>

Antes de analizar las funciones de los media, es necesario sin embargo exponer, sucintamente, la teoría sociológica general de referencia.

#### **D. El planeamiento estructural - funcionalista**

El sistema social en su globalidad es concebido como un organismo cuyas distintas partes desempeñan funciones de integración y de mantenimiento del sistema, su equilibrio y su estabilidad se realizan a través de las relaciones funcionales que los individuos y los subsistemas activan en su conjunto.

En este sentido, en la teoría estructural-funcionalista, y en particular en un autor como Talcote Parsons, “los seres humanos aparecen como “drogados culturales” impulsados a actuar según el estímulo de valores culturales interiorizados que regulan su actividad”.

La lógica que regula los fenómenos sociales está constituida por las relaciones de funcionalidad que sirven de guía a la soluciones de cuatro problemas fundamentales, o imperativos funcionales, a los que todo sistema social debe hacer frente:

---

<sup>31</sup> WOLF, Mauro. La investigación de la comunicación de masas. Ed. Paidós (1991) Pág. 70

1. La conservación del modelo y el control de las tensiones (todo sistema social posee mecanismos de socialización que realizan el proceso mediante el cual los modelos culturales del sistema son interiorizados en la personalidad de los individuos).
2. La adaptación al ambiente (todo sistema social para sobrevivir debe adaptarse al propio ambiente social y a otros).

Un ejemplo de función que responde al problema de la adaptación es la división del trabajo, que encuentra su base en el hecho de que ningún individuo puede desempeñar simultáneamente todas las tareas que deben ser desempeñadas para la supervivencia del sistema social).

3. La persecución de la finalidad (todo sistema social tiene varias finalidades que alcanzar, realizables mediante desempeñar simultáneamente todas las tareas que deben ser desempeñadas para la supervivencia del sistema social).
4. La integración (las partes que integran el sistema deben estar relacionadas entre si. Debe haber fidelidad entre los miembros de un sistema y fidelidad al propio sistema en su conjunto).

Para contrarrestar las tendencias a la disgregación, son necesarios mecanismos que sostengan la estructura fundamental del sistema).<sup>32</sup>

Cuando se afirma que la estructura social resuelve los problemas relacionados con los imperativos funcionales, se quiere decir que la acción social conforme a las normas y valores sociales contribuye a la satisfacción de las necesidades del sistema.

En especial hay que subrayar el hecho de que la sociedad es analizada como un sistema complejo, que tiende al mantenimiento del equilibrio (Parsons habla de tendencias a la

---

<sup>32</sup> Ibidem, Pág. 71



- b) los tipos de modelos específicos de comunicación relacionados con cada medio particular (prensa, radio, etc.);
- c) la implantación institucional y organizativa con la que operan los distintos media;
- d) las consecuencias que se derivan del hecho de que las principales actividades de comunicación se desarrollen a través de los mass media. (Wright, 1960).<sup>33</sup>

En relación con el individuo, y respecto a la “mera existencia” de los medios de comunicación de masas (independientemente de su implantación institucional-organizativa), se identifican otras tres funciones:

- A. La atribución de status y prestigio a las personas y a los grupos objeto de atención por parte de los media; se determina un esquema circular del prestigio por lo que “esta función, que consiste en conferir un estatus, entra en la actividad social organizada legitimando a algunas personas, grupos y tendencias seleccionados que reciben el apoyo de los medios de comunicación de masas”.
- B. El fortalecimiento del prestigio para los que se someten a la necesidad y al valor socialmente difundido de ser ciudadanos bien informados.
- C. El fortalecimiento de las normas sociales, es decir, una función relacionada con la ética. “la información de los medios de comunicación de masas refuerza el control social en las grandes sociedades urbanizadas en las que el anonimato de las ciudades ha debilitado los mecanismos de descubrimiento y del control del comportamiento aberrante ligados al contacto informal cara a cara”.

Es evidente que los medios de comunicación de masas sirven para reafirmar las normas sociales denunciando las desviaciones a la opinión pública. El estudio del particular tipo de

---

<sup>33</sup> Ibidem, Pág. 74

normas así reafirmando ofrecería un válido índice de la medida en que estos medios abordan problemas periféricos o centrales de nuestra estructura social.

## **F. La disfunción**

Es definida partiendo del principio de que es contrario al interés de una sociedad moderna tener grandes masas de población políticamente apática, de poco interés.

El ciudadano interesado e informado puede sentirse satisfecho por todo lo que sabe, sin darse cuenta de que se abstiene de decidir y de actuar. Considera su contacto mediatizado con el mundo de la realidad política, leer, escuchar la radio y reflexionar, como un sucedáneo de la acción. Llega a confundir el conocer los problemas diarios con el hacer algo al respecto.

Que los medios de masas han mejorado el nivel de información es evidente. Sin embargo podría ser que, independientemente de las intenciones, la expansión de las comunicaciones de masas estuviese apartando las energías humanas de la participación activa para transformarlas en conocimiento pasivo (Lazarsfeld – Merton, 1948,85).

Como están apoyados por las grandes empresas integradas en el actual sistema social y económico, los medios de comunicación de masas contribuyen al mantenimiento de este sistema.

La tendencia al conformismo ejercida por los medios de comunicación de masas se deriva no solo de los que se dice, sino sobre todo lo que no se dice.

En efecto, estos medios no solo continúan afirmando el status quo sino que, en la misma medida, dejan de plantear los problemas esenciales a propósito de la estructura social.

Los medios de comunicación comercializados ignoran los objetivos sociales cuando van en contra del beneficio económico.

La presión económica lleva al conformismo al ignorar sistemáticamente los aspectos controvertidos de la sociedad<sup>34</sup>.

### **G. Algunas funciones y disfunciones de la comunicación de masas**

**Funciones:** De advertencia e instrumentales (fuente de información acerca de acontecimientos cotidianos, cartelera, modas, etc.).

Aportar prestigio a los individuos que se informan (líderes de opinión).

Otorgamiento de status a los que aparecen en los medios masivos de comunicación.

Función moralizante al exponer las desviaciones de la conducta.

**Disfunciones:** Amenaza la estabilidad al dar a conocer sociedades mejores.

Provocar pánico al informar sobre peligros. Las noticias negativas pueden provocar ansiedad en el público.

La comunicación masiva puede provocar aislamiento social, apatía y narcotizante al creer que se participa en la vida social a través de la exposición a los medios masivos de comunicación.

### **H. De la omnipotencia de los medios a las funciones y la influencia personal**

La declinación de la teoría de la aguja hipodérmica en los estudios comunicacionales y su sustitución por enfoques más optimistas, a partir de los años treinta, se debe principalmente a tres razones:

---

<sup>34</sup> Ibidem, Pág. 76

- 1) El auge de la teoría funcionalista en las ciencias sociales.
- 2) La adopción de metodologías cuantitativas como la encuesta y el análisis de contenido que desembocaron en investigaciones de campo que no encontraron los efectos pronosticados por la aguja hipodérmica.
- 3) La naturaleza administrativa y comercial de la investigación de la comunicación que desmotivó el planteamiento de cuestionamientos críticos hacia los medios.

### **I. El auge de la teoría funcionalista**

Ya hemos dicho anteriormente que la comunicación, más que una disciplina científica autónoma, constituye un campo de estudio para las diferentes ciencias sociales.

En este sentido, las teorías que han estado en boga en los diferentes periodos históricos en la psicología, en la sociología o en las demás ciencias, han sido decisivas en el desarrollo de los enfoques específicos sobre la comunicación de masas.

Iniciado por los estudios de Auguste Comte, Herbert Spencer y Emile Durkheim, en la segunda mitad del siglo XIX, el funcionalismo se convierte en las décadas de los treinta y los cuarenta del presente siglo en el paradigma dominante en la sociología, gracias a las contribuciones de autores como Bronislaw, Parson y Merton.<sup>35</sup>

En términos generales, el funcionalismo se basa en dos supuestos básicos:

- a. El consenso en ciertos valores básicos es el principal rasgo que mantiene cohesionado y ordenado a cualquier sistema social.
- b. La sociedad puede ser vista como un sistema integrado compuesto por partes interdependientes. Las instituciones (familia, escuela, iglesia, gobierno), existen

---

<sup>35</sup> LOZANO, José Carlos, Teoría e investigación de la comunicación de masas (1999). Ed. Azteca. Pág. 103-75

para satisfacer necesidades sociales que permitan el desarrollo armónico, la estabilidad y el orden del sistema social.

“Los postulados generales del funcionalismo sobre la naturaleza de la sociedad son cuatro:

- I. Un sistema social puede concebirse como un sistema de partes interrelacionadas; es una organización de actividades interconectadas, repetitivas y estandarizadas.
- II. Dicho sistema tiende naturalmente hacia un estado de equilibrio dinámico; si se manifiesta un equilibrio, se generan fuerzas que tendrán a restaurar la estabilidad.
- III. Todas las actividades repetitivas en una sociedad contribuyen hacia un estado de equilibrio; en otras palabras, todas las formas persistentes de acciones estandarizadas cumple un rol en el mantenimiento de la estabilidad del sistema.
- IV. Por lo menos algunas de las acciones estandarizadas de las acciones estandarizadas y repetitivas en la sociedad son indispensables para que continúe su existencia; esto es, hay prerequisites funcionales que satisfacen necesidades críticas del sistema sin los cuales este no sobreviviría (De Fleur, Melvin 1976, 120).

#### **J. La adopción de metodologías cuantitativas**

La investigación empírica (a través de encuestas por muestreo, principalmente) adquirió una gran importancia en estos años, desplazando la reflexiones teóricas y filosóficas previas con hallazgos concretos.

La tendencia de estas técnicas a no detectar aspectos subjetivos, morales o ideológicos, ni a profundizar en ellos – junto con las premisas teóricas funcionalistas que las guiaron – propiciaron hallazgos desfavorables a las hipótesis de los efectos sobre la conducta u las actitudes de los miembros de las audiencias.

## **K. La naturaleza administrativa y comercial de la investigación de la comunicación**

El estudio científico de la comunicación de masas siempre ha estado condicionado de un modo u otro por los factores económicos y políticos prevalecientes en cada periodo histórico. En la etapa que nos ocupa, los medios de comunicación han alcanzado un desarrollo considerable y, en particular en los Estados Unidos, se han interesado por conocer los patrones de exposición de las audiencias, sus gustos, preferencias y necesidades.

De ahí que las grandes empresas de medios de comunicación empezaron a patrocinar estudios cuya finalidad principal no era generar resultados científicos y teóricos, sino información útil para un mayor desarrollo económico de los medios que las sufragaban.

De hecho, los estudios realizados por Lazarsfeld en estados Unidos, fueron y siguen siendo vitales en la investigación científica de la comunicación masiva, investigaciones que fueron realizados con financiamiento comercial<sup>36</sup>.

Esto propició que la mayoría de los estudios se centraran en el análisis del receptor y se descuidara la investigación de los medios como productores de mensajes. Después de todo, “¿Cuál sería la razón para investigar al persuasor, a aquel que tiene la sartén por el mango? ¿Estaría el dispuesto a pagar por ser investigado así como paga para que se estudie a su público meta?

### **2.7. Conclusiones**

- ✚ Las personas más educadas acuden más a los medios de masas.
- ✚ Las personas seleccionan para su atención aquellas opiniones con las cuales ya están de acuerdo.

---

<sup>36</sup> Ibidem, Pág. 78

- ✚ Las noticias y opiniones acerca de un asunto reciben la mayor atención de parte de aquellos que están mas interesados en la cuestión es decir, aquellos cuyas opiniones ya están formadas.
- ✚ Aquellos que leen más y oyen mas acerca de una cuestión son aquellos cuyas opiniones e intenciones se encuentran menos dispuestas al cambio.
- ✚ Las personas se ven mas afectadas en sus decisiones políticas por el contacto personal con otras personas (miembros de la familia, amigos, vecinos y compañeros de trabajo), que por los medios de masas directamente.
- ✚ Los líderes de opinión no se hayan concentrados en las clases mas educadas o de mayor prestigio en la comunidad; se encuentra casi uniformemente distribuidos en las diferentes clases y ocupaciones. Están, sin embargo, mas interesados en el tema que el ciudadano promedio y considerablemente mas expuestos a los medios de comunicación.
- ✚ El líder de opinión no lo es en todos los campos, solo en uno o algunos.
- ✚ Los líderes de opinión:
  - a) ocupan posiciones consideradas como adecuadas para darles competencia especial en el tema;
  - b) son personas accesibles, gregarias y conocen a muchas personas;
  - c) tienen contacto con información apropiada proveniente del exterior de su círculo inmediato.
- ✚ Los medios de comunicación son más importantes que los líderes en la transmisión de información.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> Ibidem, Pág. 90

# Capítulo III

MARCO REFERENCIAL

## CAPITULO III

# MARCO REFERENCIAL

### *3.1 .Origen de la Red UNITEL*

Universal de Televisión, red UNITEL fue creada en 1997 por el Grupo Empresarial Monasterio, presidido por Osvaldo Monasterio Añez; después de una década de experiencia previa al mando de Tele Oriente, un exitoso medio de comunicación de carácter regional, fundado en 1987.

Nacida con el objetivo de convertirse en un instrumento de integración para el país, mediante una propuesta televisiva moderna y competitiva, UNITEL ha logrado, en estos seis años de trabajo, una sólida posición en la audiencia y anunciantes nacionales hasta convertirse en la más importante red televisiva de Bolivia, con cobertura en las nueve ciudades capitales del país y 41 poblaciones intermedias.

Las oficinas centrales de la Red UNITEL, están ubicadas en santa Cruz y cuenta con una sede regional en la ciudad de La Paz.

Canal 9 Teleoriente, fue creado hace 18 años en febrero de 1987 por el grupo empresarial Monasterio, presidido por Osvaldo Monasterio. Entonces este campo era novedoso y atractivo, por ello, se constituía en un desafío para estos empresarios que recién incursionaban en las telecomunicaciones

Encararon la empresa, con la firme convicción de que Santa Cruz y Bolivia debían y podían superar dificultades y limitaciones que se tenía en materia tecnológica y de capacitación de los recursos humanos.

En casa chica, pero con metas grandes, nació Canal 9 creyendo en las comunicaciones y con el lema de integrar y servir. Las emisiones programáticas salían con una antena de 42 metros de alto.

A los seis años de vida estrené casa propia con modernas y amplias instalaciones que a la fecha, se constituyen en las más grandes y funcionales del país.

Canal 9, se convirtió en una alternativa en televisión, dado que su programación se destacaba por la seriedad de sus informativos, calidad en sus series, telenovelas, infantiles y programas de producción nacional.

Consolidado como canal local (Santa Cruz), en 1991 “TELEORIENTE”, cumpliendo su objetivo de llegar a casi todo el país, se asoció a la red “ATB”, cuya señal se extendió a siete de los nueve departamentos de Bolivia.

Mientras la tecnología de las telecomunicaciones se desarrollaba aceleradamente, Canal 9, acompañó su crecimiento incorporando tecnología de punta con transmisores digitales, emisión vía satélite, cámaras de mayor revolución y el sistema de telefonía celular.

Con la experiencia de 10 años, Canal 9, “TELEORIENTE”, se desprendió de “ATB” en 1997 y se convirtió en la Red “UNITEL” (Universal de Televisión), cuya central se encuentra en Santa Cruz. Con una imagen moderna, con perspectiva de ser parte del mercado globalizado tan competitivo, se inició ‘UNITEL’.

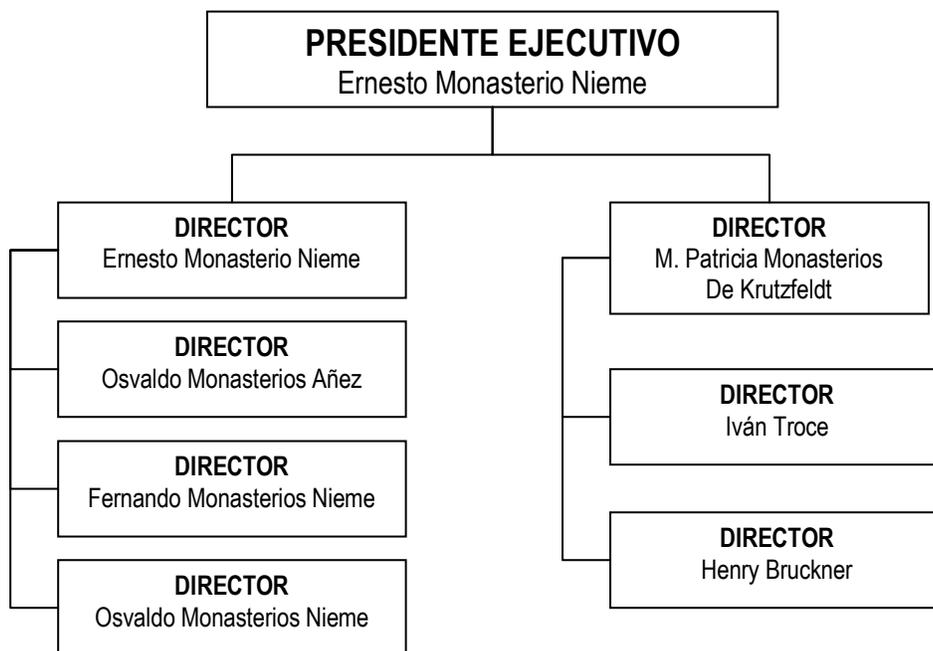
Canal 9, trascendió su nombre localista, para tener estaciones en 9 departamentos del país, UNITEL, llegando a nueve capitales de departamentos y más de cuarenta estaciones en todo el territorio nacional.

Las estaciones que integran la Red UNITEL, son las siguientes:

Canal 2 (La Paz), canal localista con mucha tradición con once años al servicio del televidente; Canal 9 (Trinidad); Canal 4 (Sucre); Canal 13 (Cochabamba); Canal 2 (Oruro). Canal 11 (Pando), Canal 13 (Potosí); Canal 2 (Tarija).

**3.1.1. ORGANIGRAMA DEL DIRECTORIO DE UNIVERSAL DE TELEVISIÓN, “UNITEL”**

**ORGANIGRAMA DEL DIRECTORIO DE UNIVERSAL DE TELEVISIÓN, RED “UNITEL”**



**Fuente:** Gonzalo Rivera

Accionistas de la Red “UNITEL” (Universal de Televisión): Empresas de oriente (Ecor Ltda.) Grupo Monasterio propietario 100 % de las acciones.

El Grupo de Empresa Monasterio, es un conglomerado familiar de inversiones de origen nacional con sede en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, ampliamente diversificadas en distintas áreas de la actividad económica del país.

Su origen se inició en los años 50, cuando el Sr. Osvaldo Monasterio Añez, creador y actual Presidente del mismo comenzó actividades comerciales en el rubro de productos agropecuarios, extendiéndose luego al área agroindustrial.

A partir de ahí, se diversificó hacia la ganadería, producción de alimentos, banca, bebidas refrescantes, comunicaciones masivas y otras.

Manteniendo su política de diversificación, el Grupo orientó su accionar hacia el comercio exterior, creando para ello una empresa comercializadora (Trading), la misma que a través de los años ha llegado a ocupar un lugar importante en las exportaciones y en la comercialización en el mercado interno.

La filosofía empresarial del Grupo se basa en un constante apoyo a las actividades productivas, en la búsqueda incesante de la eficiencia y la productividad de sus operaciones, y en el permanente desarrollo en las áreas y rubros de sus actividades.

### **3.2. UNITEL Producción y programación**

#### **3.2.1 UNITEL, la red televisiva de Bolivia**

Destacan de la Red UNITEL que de sus dieciocho horas de programación, tiene cerca de diecinueve horas diarias de producción nacional, Se trata de espacios producidos con alta calidad técnica y humana, como el caso de los programas: “AL DESPERTAR” (Revista Informativa), “La Batidora” (Revista Femenina), “A todo deporte” y “A todo fútbol” (Deportivos), “Tele País” (Informativos), “Chicos Station” (Infantil), “Al Limite” (Musical juvenil), y Fútbol Liguero” (Para cable en la troncal y señal abierta para las demás ciudades), “Operación Fama”, el primer reality show que se realizó en Bolivia), Eventos de Belleza nacional que son parte de la programación de UNITEL.

Combina su propuesta televisiva, con emisión de series, novelas y películas de calidad con todos los derechos de difusión adquiridos.

UNITEL, es una nueva red, con mucho camino recorrido en la tarea, siempre innovadora de hacer televisión.

### **3.2.2. Programación para los hogares bolivianos**

Con diecinueve horas de emisión diaria, orientada a satisfacer las expectativas de las diversas franjas etéreas en los hogares bolivianos, “UNITEL” ha estructurado una grilla de programación caracterizada por la calidad e impacto de sus productos, tanto en producción nacional como en programas, películas y telenovelas extranjeras.

### **3.2.3. Producción nacional**

- ⇒ Servicios noticiosos: con la revista matinal “AL DESPERTAR” y “TELE PAÍS”, el noticiero nacional de UNITEL, que con emisiones diarias diferenciadas para Santa Cruz y el resto del país ha logrado establecer un liderazgo en la preferencia de los televidentes bolivianos.
- ⇒ Programas de interés general, como “La batidora”, dirigido al público femenino.
- ⇒ Infantiles: con su espacio “Unitoons”, muy apreciado por la calidad de producción.
- ⇒ Deportes: con los espacios especializados “A todo deporte” y “A todo Fútbol”.
- ⇒ Juveniles y de espectáculos: con sus programas “Decibeles” y “Operación Fama”, el primer reality show de la televisión boliviana que ha batido record de audiencia desde su primer ciclo.

### **3.2.4. Producciones internacionales**

- ⇒ Largometrajes: el cine, es sin duda, una de las ofertas mas atractivas dentro de la programación de UNITEL”, pues se caracteriza por la difusión permanente de películas de estreno y las producciones más taquilleras a nivel internacional,

gracias a una fluida relación con los estudios más importantes como Fox, Universal, Paramount, Warner, Columbia Tri Star y MGM.

⇒ Telenovelas: “UNITEL” ha centrado su oferta de telenovelas en aclamadas producciones originales de la Red Globo de Brasil, RCN y Tepuy de Colombia que, en los últimos años, han captado la preferencia de la audiencia latinoamericana y mundial.

### **3.2.5. Eventos especiales**

Se destacan en este ámbito la producción de los principales eventos de belleza en Bolivia como son ‘ Miss y Señorita Bolivia”, “Reina Sudamericana” y “Miss Santa Cruz” igualmente, ha adquirido los derechos para eventos internacionales de gran trascendencia como los “Premios Oscar”, “Miss Universo” y “Miss Mundo”.

### **3.2.6. Fútbol**

⇒ En el año 2001 “UNITEL” ha adquirido los derechos exclusivos para la transmisión de los Campeonatos Mundiales de Fútbol de Japón/Corea 2002 y Alemania 2006.

⇒ Igualmente, ha adquirido los derechos para la difusión de los partidos de la selección boliviana como local en la presente Eliminatoria Sudamericana al Mundial de Alemania.

⇒ Desde 1999 tiene los derechos exclusivos para la transmisión y difusión de los encuentros de la liga Profesionales del Fútbol Boliviano.

⇒ Gracias a las facilidades técnicas disponibles y la experiencia y preparación de su personal técnico; UNITEL” se ha convertido en el referente obligado para la producción de espectáculos futbolísticos en el mercado boliviano, brindando servicios a prestigiosas empresas internacionales entre ellas Traffic, Torneos y Competencias, y Fox Sport.

### **3.2.7. Recursos Humanos y Técnicos**

- ⇒ 150 empleados especializados en las diversas áreas de la producción, comercialización, difusión audiovisual, administración general y manejo de tecnología.
- ⇒ Un plantel especializado de (20) reporteros, camarógrafos y editores para la producción de servicios informativos.
- ⇒ Seis estudios de grabación para la realización de diversos programas.
- ⇒ Cinco unidades móviles con todos los elementos necesarios para la realización de eventos especiales y coberturas en directo.
- ⇒ Transmisores valvulares, unidades de microondas para vía satélite y fibra óptica.
- ⇒ 15 islas de edición en formatos Umatic, Betacam y DV Cam.
- ⇒ 6 islas de edición no lineal.
- ⇒ Cámaras Sony DXC - D3OF1 y DXC — 327; unidades de control de cámara Sony CCU - MS CCU — M7, y Viewfinders de cinco pulgadas Sony DXF - 51.
- ⇒ Swtchers de video Echolab MVS - 5; sistemas slow Motion Panasonic AG - DS85OH y EVS LSM2 (2x2); videograbadoras Sony UVW - 1400 A y DSR — 45 para estudio y unidades móviles.
- ⇒ Generadores de caracteres Pínchale Write Deko e Inscribir. Sistemas de intercomunicación Clearcom; sistemas de audio Mackie, y sistemas de microondas Ikegami PP - 70.
- ⇒ Sistemas de iluminación compuestos por dimmers, fresnels y softlights de marcas como Desisti Light, Lee Colortran y Strand.

- ⇒ Sistemas de inserción de comerciales Matrox Suite cake, con arreglo de discos SCUSI externos en las ciudades de Santa Cruz y La Paz.
- ⇒ Sistema con comunicación punto a punto para enlazar las redes locales de Santa Cruz y La Paz con canales para datos y cuatro canales de voz, más una conexión a Internet dedicada entre las dos ciudades.

### **3.2.8. WWW “UNITEL”. TV**

Portal de la Red “UNITEL”, brinda una variedad de información y servicios, con enlaces especializados para niños, jóvenes y público adulto, está diseñado para su permanente actualización y fácil interactividad. Con más de quinientos mil visitantes en los últimos seis meses, es de los portales más consultados del país y ha sido merecedor de uno de los galardones World Web Awards 2003.

### 3.3. UNITEL descripción de la estructura organizativa

#### 3.3.1. Organigrama de la planta ejecutiva

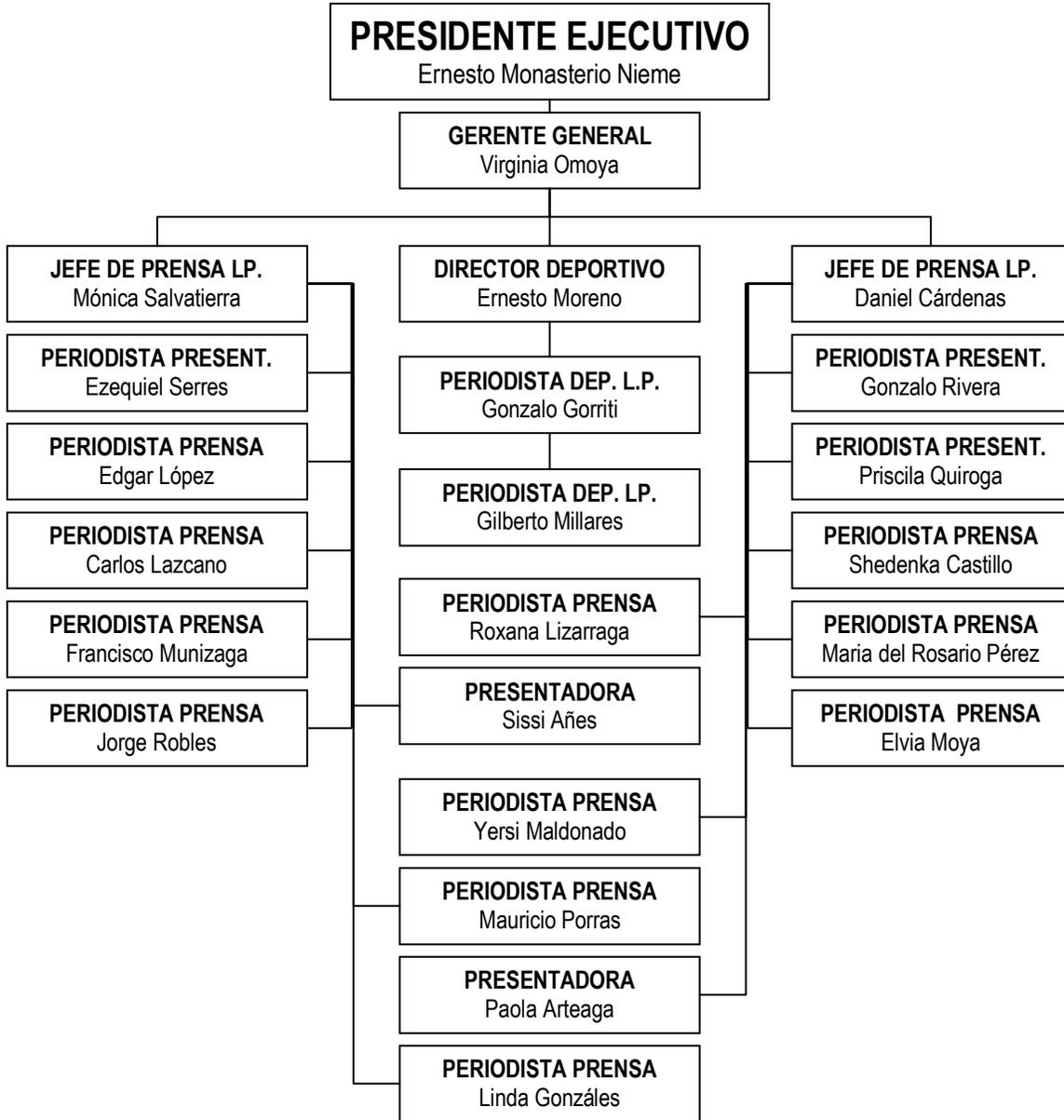
#### Planta ejecutiva de Universal de Televisión red UNITEL



Fuente: Gonzalo Rivera

**a. Organigrama de los departamentos de producción informativa**

**b. Departamentos de producción de noticieros de Universal de Televisión**



**Fuente:** Gonzalo Rivera

### **3.4. Empresa Nacional de Televisión Boliviana Canal 7**

#### **3.4.1. Introducción**

El presente trabajo muestra el informe dado por la administración de la gestión 2004-2005 en la que se encontraba en la Gerencia de este importante medio de comunicación el Licenciado Renán Estenssoro.

En dicho informe presentado por los distintos sectores en los que se divide Televisión Boliviana, como ser Gerencia, departamentos de prensa, departamentos de contabilidad, etc.

En trabajo también se detalla la opinión de los distintos administrativos del medio, quienes a su vez dan el informe del manejo que se hizo en el canal.

No se pudo acceder a un informe más reciente sobre el manejo del medio, ya que al parecer este es el único informe que se desarrolló.

Tal como reza el gerente general de ese entonces Renán Estenssoro, quien estuvo cargo de un medio durante la presidencia de Carlos D, Mesa Gisbert, que anterior a este cargo desempeñó el rol de periodista y por eso su especial atención con la realización del informe de las últimas tres gestiones administrativas de dicha empresa.

#### **3.4.2. Informe de gerencia**

##### **a. Informe general: gestión 2005.**

Durante septiembre de 2004 se realizó, con la participación de todos los ejecutivos de la ENTB, incluyendo a los directores de las regionales de Cochabamba y Santa Cruz un taller de planificación estratégica con el objetivo de guiar las acciones de las empresas y unificar criterios en cuanto a su dirección, de dicho taller salieron resultados positivos logrando definir conceptos como la visión y la misión de la empresa.

**Misión:** Difundir mediante nuestra señal información y educación a distancia integrando culturalmente al país y construyendo lo público a través de la administración adecuada de recursos humanos, recursos técnicos y económicos.

**Visión:** Somos el canal de los bolivianos, una empresa publica ágil, dinámica eficiente, y flexible. Nuestra capacidad de gestión nos permite tener una programación que integre al país respetando y difundiendo costumbres tradiciones y valores dentro de los más altos principios éticos y estéticos. Los valores más importantes que se rescataron de la empresa son:

- \* Transparencia
- \* Trabajo en equipo
- \* Ética
- \* Responsabilidad en la sociedad

**b. Resumen de objetivos alcanzados durante la gestión 2004**

- a. Implantación del sistema SIGMA
- b. Institucionalización de 33 cargos en la empresa para los que se crearon 29 ítems. Este personal será incorporado de acuerdo al Estatuto del Funcionario Publico.
- c. Adquisición de dos islas de edición no lineales.
- d. implementación de una red intranet/ Internet en todas las oficinas de la empresa.
- e. Producción de la serie ficción “Video joven” consistente en 24 cortos y apoyado por la DNCS.
- f. Emisión de cuatro noticieros diarios que constituyen el 40% del total de la programación.

g. Instalación de una nueva repetidora en Provenir, Pando.

**c. Venta de servicios por publicidad y alquileres**

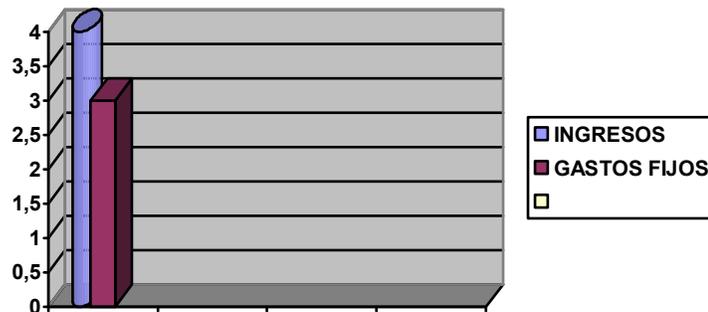
- Los ingresos en efectivo recaudados fueron de Bs. 4.885.198.76 de los mismos 3.872. 419, 88 corresponden a la recuperación de ingresos de la gestión 2004 y 1.012.778.88 corresponden a gestiones anteriores especialmente del año 2003.
- Los ingresos del Tesoro General de la Nación alcanzan a Bs. 22 565 835 en efectivo y en notas de crédito fiscal a 2 500 000.
- Los gastos fijos de la gestión 2005 alcanzaron a Bs. 3.162.338.00. En el rubro de otros gastos, que si bien no son fijos son igualmente necesarios para el funcionamiento de la ENTB, se gastó Bs. 680 600 de manera que solo para este fin se necesitan Bs. 3 .842 938.00 anualmente.

De acuerdo al punto tres estos gastos no fueron cubiertos en un 100% existiendo una diferencia que no fue destinada al pago de obligaciones pendientes de la gestión 2003 y a la ejecución de las obras de mantenimiento de los ambientes.

- Las cuentas urgentes por pagar fueron reducidas notoriamente.: de Bs. 830.921.28 al inicio de la gestión, al cierre se tiene por pagar en este rubro Bs. 324.088. 23.
- A la situación anterior se agregan las cuentas por pagar originadas en las gestiones anteriores que alcanzan a Bs. 28.677.000. Durante la gestión 2005 se inicio el proceso de solicitud de condonación.
- Para cubrir otros gastos fijos la empresa necesita recaudar como mínimo Bs. 7.816.079. 75 anualmente.

- Finalmente para contar con autofinanciamientos de acuerdo al anteproyecto para la gestión 2005 se requirió de un presupuesto no mayor a Bs. 17.833.283.

### INGRESOS RECAUDADOS VS. GASTOS FIJOS.



Calculado en millones de Bs. de dinero  
Fuente: Elaboración propia

### INGRESOS RECAUDADOS VS. GASTOS FIJOS Y CUENTAS POR PAGAR.



Calculado en millones de Bs. de dinero  
Fuente: Elaboración propia

Los resultados financieros obtenidos durante las últimas siete gestiones fueron negativos por los siguientes factores.

- Los pasivos tienen un constante de incremento, dado que cada año se dejan de pagar muchas obligaciones por la liquides mínima con la que se cuenta en la empresa. A

ello hay que añadir que toda nuestra deuda es en dólares y la actualización periódica de esta causa un efecto negativo en los resultados obtenidos .en la gestión 2004 esta deuda se fue reduciendo y no se incrementaron las deudas por la liquides.

- b) Las cuentas por pagar de gestiones anteriores devengan una amortización representativa que también afecta a los resultados que se obtienen en cada periodo.
- c) Los ingresos se incrementaron en el periodo 2004 especialmente por la estabilidad en las autoridades. Esto posibilito el control y la propaganda adecuada de nuestras actividades.
- d) La transmisión de las efemérides departamentales y las de fiestas patrias demandan costos elevados que por sus características no tienen un retorno económico.
- e) Ingresos de la empresa, este hecho hace que nuestras cuentas por cobrar se incrementen y entren en mora, ya que al no cumplirse parte del contrato, los clientes lo asumen como incumplido, negándose a cancelarlo.
- f) Como puede observarse los ingresos que se recaudan en la ENTB no alcanzan para cancelar los gastos de funcionamiento y menos para cumplir con los acreedores.

## SERVICIOS DE SEÑAL SATELITAL ENTEL SA.



Calculado en millones de Bs. de dinero  
Fuente: Elaboración propia

Para la gestión 2004 se anunció el cobro de aproximadamente Bs. 1 760 000, los mismos que provienen de nuestras funciones, no fueron ejecutados. Estos recursos servirían para cubrir en parte las obligaciones ya devengadas de anteriores gestiones.

### d. Presupuesto aprobado gestión 2006

Para la gestión 2006 se contó con un presupuesto de Bs. 14.483.843, de los cuales el tesoro General de la Nación aporta con Bs. 5.564.843, y los fondos obtenidos con recursos propios deberán alcanzar a Bs. 8.919.000.

Los fondos otorgados por el TGN se distribuyen de la siguiente manera:

Fondos en efectivo	2.564.843,00
Sueldos al personal permanente	1.863.295,00
Energía la eléctrica	453.248,00
Agua	17.040,00
Servicios telefónicos	231.360,00
Fondos en certificado de crédito fiscal	
Partida de comunicaciones ( a os a ENTEL	3.000.000,00

Fuente: Elaboración propia

Calculado en millones de bolivianos

### e. Economía y finanzas.

La cuenta bancaria registró en enero de 2006 un superávit de Bs. 595.598 en comparación de los Bs.70.000 que se tenía en enero de 2004, lo que aseguró el pago de salarios de los primeros meses de 2006, la compra de equipos y el pago de deudas de gestiones pasadas por una suma de Bs.506.833.05. esto quiere decir que esta cuenta se ha reducido a Bs. 324.088.23.

Durante el año 2005 la venta por publicidad, alquileres y otros en la ENTB alcanzó a Bs.5.405.617, 38, lo que constituye el 84 por ciento de lo proyectado según el presupuesto aprobado para esa gestión.

El Balance de las finanzas de la gestión 2005 se la puede resumir de la siguiente manera.

<b>INGRESOS EFECTIVO</b>	<b>GASTOS FIJOS</b>	<b>SALDO</b>
4.885.198,76	3.415.478,00	1.469.720,76

Calculado en millones de bolivianos

**Fuente:** Elaboración propia

El 31 de diciembre de 2005 quedó en nuestra cuenta un saldo en efectivo de 595.598 bolivianos.

### f. Ventas

La empresa cumplió en un 84 por ciento las metas proyectadas por concepto de ventas por concepto de ventas para la gestión 2005 en el presupuesto

<b>INGRESOS EFECTIVO</b>	<b>VENTAS PROYECTADAS 2005</b>	<b>VENTAS EFECTUADAS 2005</b>	<b>CUMPLIMIENTO METAS</b>
4.885.198,76	5.460.000,00	4.575.812,32	84%

Calculado en millones de bolivianos

**Fuente:** Elaboración propia

En comparación al 2004 las ventas del departamento comercial se incrementaron en un 84 por ciento. El promedio de venta mensual fue de \$us 57.667.12.

El comportamiento comercial del canal ha mejorado sustancialmente debido a la apertura de nuevos programas competitivos (noticieros 7 días) a la consolidación de otros (Agenda femenina).

**g. Reglamentación de la Empresa Nacional de Televisión Boliviana (TVB), canal 7**

Durante la gestión 2005 se trabajó en los siguientes reglamentos algunos de ellos se podrán observarse se encuentran en fase de aprobación final:

- a) Reglamento interno del personal.
- b) Reglamento específico del sistema de administración de personal, el documento se encuentra terminado y fue remitido al SNAP para su revisión.
- c) Reglamento específico del Sistema de Organización Administrativa.
- d) Reglamento Específico del Sistema de Presupuestos.
- e) Reglamento específico del Sistema de Programaciones de Operaciones.
- f) Reglamento Específico del sistema de contabilidad Gubernamental Integrado.
- g) Reglamento Específico del Sistema de Tesorería y Crédito Público.
- h) Manual de Organización y Funciones.
- i) Reglamento Específico de Contrataciones.
- j) Manual de estilo para la prensa.

#### **h. Programación**

Con el objeto de brindar un servicio social más amplio y equitativo, de lunes a viernes se emite durante 30 minutos el programa ‘7 Días Rural’, noticiero en aymará, quechua y guaraní.

Los programas femeninos son, hasta el momento, los que más facturan. Agenda Femenina alcanzó durante la gestión 2005 \$us 100 mil de venta, mientras que Al Día con Silvana se acercó a \$us 40 mil.

En el último trimestre del año 2004 se estrenaron dos nuevos programas: Estación Z bajo la conducción de Adrián Caba que se emite en reemplazo de Posdata, y Sábados de la Alegría dirigido y producido por Pato Patiño.

Ambos programas fueron emitidos por este canal con el propósito de aumentar las ventas y atraer a la tele audiencia.

Por otra parte, la empresa ha suscrito convenios con varias entidades culturales por medio de los cuales se transmite en vivo o en diferido espectáculos de envergadura.

#### **i. Contraloría**

Un problema que se arrastra desde hace varios años es el cumplimiento con las observaciones y las recomendaciones que la Contraloría general de la república realiza con base a auditorías e informes especiales.

Para superar este problema se ha reforzado el Departamento de Auditoría interna con un director, tres auditores y una secretaria que realizan el seguimiento a las auditorías pasadas y cumplen con el P.O.A de esa unidad.

#### **j. Técnicas**

Los transmisores Btesa de 10 Kw. instalados en las ciudades de La Paz y Santa Cruz no funcionaron en todo el 2004 debido a que sus válvulas se agotaron en el 2003.

El reemplazo de las mismas no se realizó durante esa gestión debido a la falta de recursos. Sin embargo durante los primeros meses de la gestión 2005 se adquirieron ambas a un costo de \$us 14 995 cada una. Con ellos se ha repuesto el potencial de transmisión de la ENTB en las dos ciudades.

El transmisor auxiliar de Santa Cruz, de 2kw de potencia, sufrió el mes de noviembre de 2004 la descarga de un rayo y quedó inhabilitado. Este equipo ha sido enviado a España a la fábrica de Btesa para su reparación. Esto ha ocasionado que desde diciembre de 2004 en Santa Cruz se emita nuestra señal con un transmisor de 300 wats.

El costo de la reparación, así como el transporte del equipo demandó una inversión cercana a \$us 10 mil.

Por otra parte, se debe señalar que se ha iniciado una etapa de instalación mantenimiento y puesta en marcha de las 36 estaciones de transmisores en todo el país.

### **3.4.3. Informe técnico**

El trabajo desarrollado en el área técnica durante la gestión 2004 se basó fundamentalmente en el Presupuesto Operativo Anual (P.O.A) elaborada para la gestión el cual fue ejecutado en un 60% debido a la falta de presupuesto. Para una mejor comprensión del trabajo desarrollado todo el año 2004, es importante desarrollarlo en las siguientes áreas.

#### **A. Alta frecuencia**

Se dio continuidad a las labores de implementación y expansión de la red de ENTB, con la instalación de estaciones nuevas con equipos de transmisión televisiva ‘provenientes del proyecto FAD 11, con el crédito del reino Unido de España. Una de las tareas más importantes desarrolladas en la gestión fue la programación y ejecución de los trabajos de reapuntamiento de las antenas parabólicas debido al cambio de satélite que sufrió nuestra compañía determinado por nuestro proveedor Data Com.

## B. Red Nacional de ENTB.

### RED PRINCIPAL

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Equipos de transmisión principales	9
Equipos de transmisión auxiliares	7
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>

Fuente: Elaboración propia

Los equipos transmisores que componen la red principal de ENTB se encuentran ubicados en las capitales de departamento del país.

### RED SECUNDARIA POR DEPARTAMENTO

DEPARTAMENT O RECIBEN	ESTACIONES PROPIAS DE ENTB	POBLACIÓN QUE RECIBEN MUESTRA SEÑAL	TOTAL
LA PAZ	21	17	38
COCHABAMBA	4	7	11
SANTA CRUZ	11		11
TARIJA	3		3
SUCRE	5		5
POTOSÍ	13		13
ORURO	5		5
BENI	9		9
PANDO	1		1
<b>TOTAL</b>			<b>105</b>

Fuente: Elaboración propia

Cabe destacar que para lograr abarcar con buena calidad de señal toda nuestra red se tuvo que realizar esfuerzos económicos y humanos tal es el caso de adquisición de una válvula desplazamiento de dos equipos técnicos para la fase de reapuntamiento de antenas, los trabajos se realizaron de acuerdo a las prioridades de los recursos, se enviaron módulos amplificadores de equipos transmisores y un enlace de microonda a la ciudad de Madrid para que la empresa BTESA realice la reparación correspondiente.

### c. Baja frecuencia

Las necesidades de la empresa se centraron en el área de producción, para superar esas dificultades de recurrió a la cooperación internacional y a los recursos de la empresa para la compra de los siguientes equipos.

CANTIDAD	CARACTERÍSTICA	DESCRIPCIÓN
1	Equipo	Cámara digital Canon XL- 1
2	Equipos	Cámaras Panasonic Mini DV
2	Equipos	Video grabadoras Dsr II Dv cam
1	Equipo	Inserción publicitaria
1	Equipo	Generador de caracteres
1	maleta	Lowel de iluminación

**Fuente:** Elaboración propia

Se habilitaron móviles que se encontraban fuera de servicio, y repuestos de equipos de estudio y transmisión, y actualmente cuentan con cuatro unidades móviles y cinco unidades de transmisión.

#### 3.4.4. Informe de prensa

En marzo de 2004 se produjo la renovación de las diferentes ediciones informativas, en este contexto se implementaron cuatro ediciones informativas durante cada día, la

primera, de 7:00 a 8:00 a.m.; la segunda edición de 13 a 14 p.m. La tercera de 19 a 20:30 horas; la edición central de 7 Días de 22 a 23 horas.

La incorporación de estas cuatro ediciones informativas demandó mayor trabajo y producción del departamento de prensa.

Además de la cobertura cotidiana que se realiza en la gestión 2004 hubo un desplazamiento de unidades móviles en todo el país; asimismo se concretó la presencia de corresponsales de varios departamentos del país con informes diarios desde capitales de departamento, mientras que en los departamentos de Pando y Beni existen dos corresponsales que envían su informe vía teléfono.

En cuanto a la educación, el canal estatal realizó una cobertura en relación al referéndum del 18 de julio preparando a la población sobre lo que sería la consulta ciudadana realizando una serie de notas que explicaban la importancia de esta consulta para el país: el objetivo central fue crear un espacio de debate e información para todos los televidentes.

Durante el día de la realización del referéndum el canal siete tuvo una completa cobertura de la consulta ciudadana, desplegando una gran cantidad de personal que se encargó de difundir los hechos más importantes de los ocurridos en la jornada.

Otro de los retos del departamento de prensa fue la cobertura de las elecciones municipales del 5 de diciembre de 2004 por la participación por primera vez de las Agrupaciones Ciudadanas.

Para ello se programaron una serie de entrevistas a los diferentes vocales de la Corte Nacional Electoral para que sean ellos quienes sean y expliquen la importancia y trascendencia de dicho proceso electoral.

También la gestión 2004, canal siete estuvo presente en Argentina donde se suscribió un acuerdo para la venta del gas boliviano al vecino país, también estuvo en la cumbre de Monterrey México donde el presidente de la república Carlos Mesa expuso el

tema de reivindicación marítima, esto hizo que canal siete fuera conocido fuera de nuestras fronteras.

### 3.4.5. Programación (2004-2005)

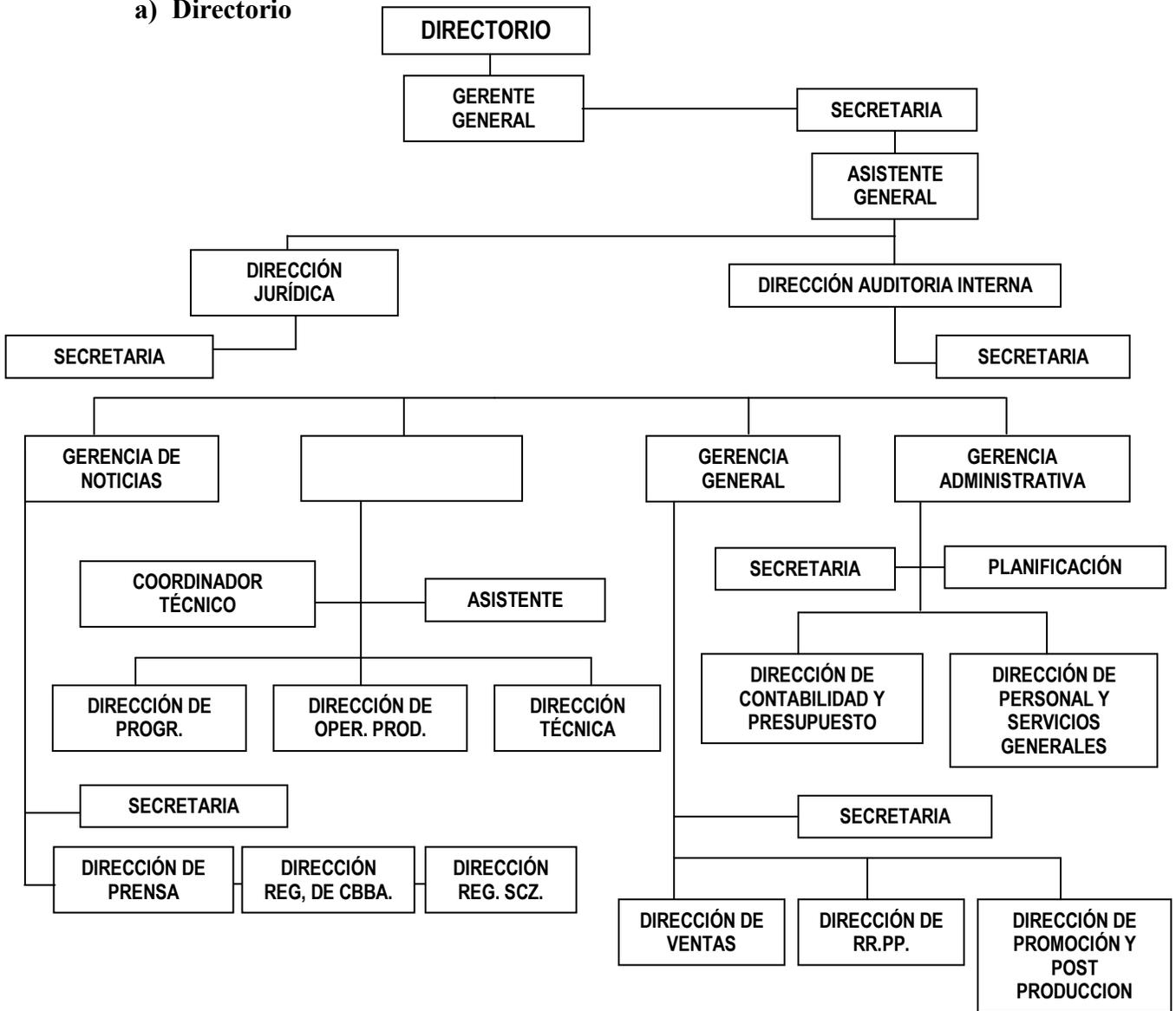
PROGRAMA	CARACTERÍSTICAS	HORARIO	RESPONSABLE
Agenda Femenina TV.	Revista femenina familiar, cobertura nacional.	Lunes a viernes en vivo. De 9 a 11 a.m.	Patricia Coca de Ruiz
Api video boliviano de la televisión y el video	Apoya a la producción nacional y da lugar a la presencia de video boliviano. Refleja la vida de Pueblos indígenas	Sábado de 21:30 a 22:30 p.m.	Producciones Nicobís
Bolivia agropecuaria	Muestra y da lugar a la actividad agropecuaria de los nueve departamentos	Sábados y domingos de 7:45 a 9:00 a.m.	Dr. José Antonio de la Peña
Bolivia empresa	Especializado en el tratamiento informativo del sector de la pequeña empresa.	Sábados y domingos de 9 a 10 a.m.	Alejandra Párraga
Cocina gourmet	Programa culinario de cocina,	Se emite semanalmente	Libertad Alipaz de la Peña
Con y sin nostalgias”	Rescata la música de los años ‘60 y ‘70 en las emisoras existentes.	Domingos de 11 a 12 a.m.	Daniel Salgar Mendizábal.
Fiesta y Folklore	Difunde actividades y eventos folklóricos,	De lunes a viernes; 14 a 15 .m.	Verónica Días
Identidad y magia de Bolivia	Destaca las instituciones que tiene relación con el que hacer cultural.	Domingos	Mariano Baptista
Noticiero Nativo	Difunde noticias en las tres principales lenguas nativas del país.	Lunes a viernes; 18:30 horas	Franz Tedy Ulo Arteaga(aymará)

Para conocer más	Asesorado por Agenda femenina	20 minutos diarios, en 5 horarios distintos	Aída Luz Ruiz Belaúde
Viajero	Promueve y difunde valores del oriente boliviano el país	Domingos, 18 horas	Aldo Peña
Rico y picante	Revista de información y entretenimiento familiar	Lunes a viernes de 8 a 9 a.m.	Lorena Sugier
Sábados de la alegría	Programa de entretenimiento y sana diversión dedicada a la familia boliviana	Sábados ; duración 5 horas	Edgar Patiño, José Carlos Fernández y el payaso Cosquillas
Voces en libertad	Da a conocer de los diferentes hacedores de cultura del país	Sábados, 20 horas	Mariano Baptista
Cara y cruz	Orienta a la población sobre temas de distinta índoles		José Rivera
Diseño y decoración	Dedicado a la decoración del hogar		Guadalupe Camacho y Verónica Mollinedo
Educación tecnológica	Educación practica a distancia de tareas técnicas.		Edusat — México.
Escuela del aire	Complementario de la currícula escolar		Secretaria de educación pública de México y producida por Edusat.
NHK	Contenido científico educativo y tecnológico para niños		NHK; Japón
7 Días	Noticiero de alcance nacional,	Cuatro emisiones diarias	Litzy Pacheco; Carla Patricia Soria Galbarro; Ramiro Pastor; Yamile Salek; Irguen Pasten

Fuente: Elaboración propia

### 3.4.6. Organigrama de la empresa

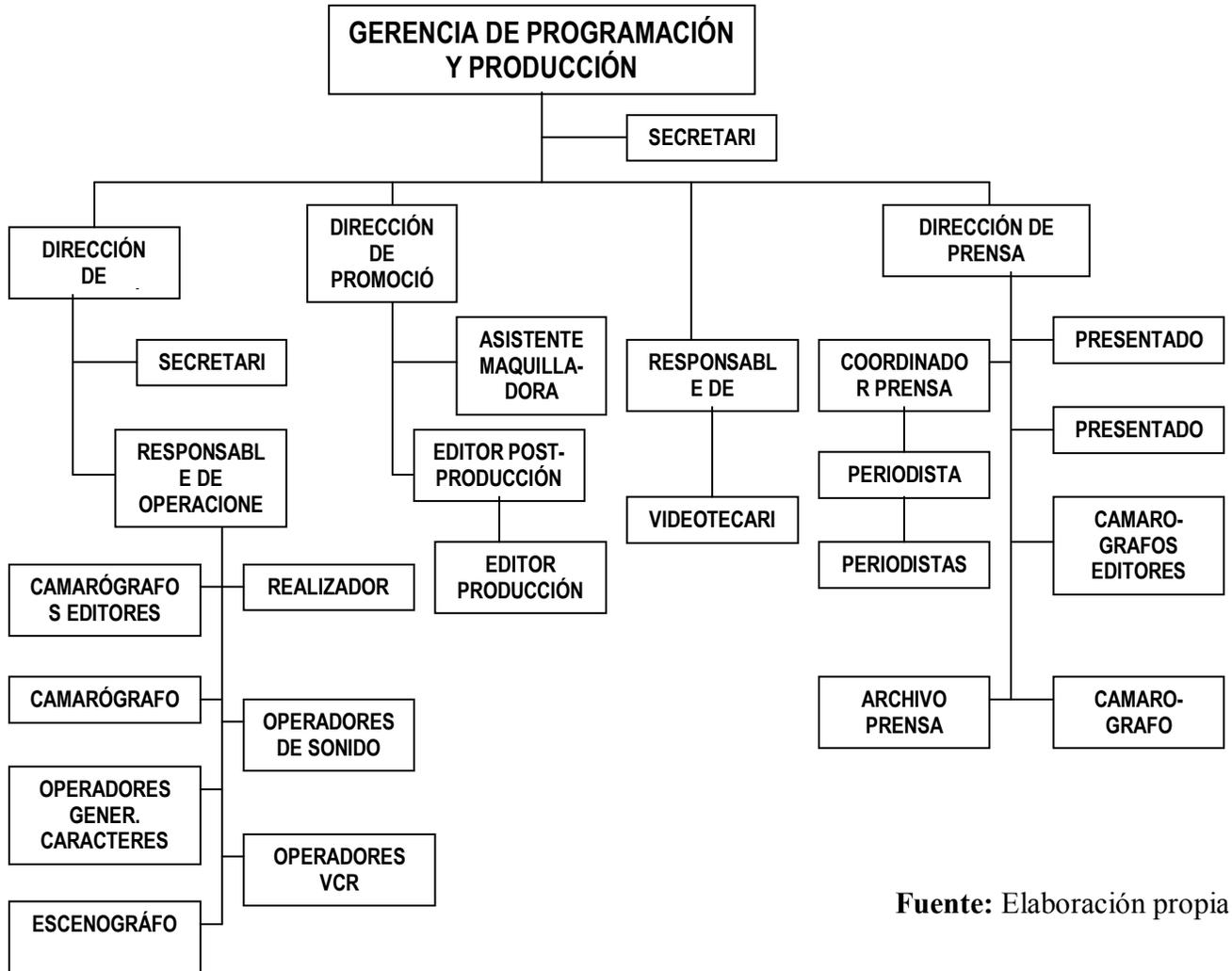
#### a) Directorio



Fuente: Elaboración propia

### 3.4.7. Organigrama

#### b. Gerencia de programación y producción



Fuente: Elaboración propia

# Capítulo IV

MARCO METODOLÓGICO  
PARA EL ESTUDIO

## CAPITULO IV

# MARCO METODOLÓGICO PARA EL ESTUDIO EMPÍRICO

### 4.1. Tipo de investigación

La metodología, como dice Pardinás en su libro *Técnicas de investigación*, es el análisis crítico del método. Indudablemente, distintos son los métodos a utilizar de acuerdo al problema de investigación, a la realidad contextual – históricamente en la teoría de la agenda setting en los noticieros de Unitel – TVB, al conocimiento que se tenga del área temática.

Considerando que el método es el camino para alcanzar un objetivo o fin en el campo científico; el método deductivo permitió llevar a cabo la presente investigación, partiendo por entender y concretar los conceptos relacionados al periodismo - político y más específicamente a una de sus formas de expresión que es la construcción de la agenda setting, por otra parte se tomó en cuenta los elementos que componen a la elaboración del “orden del día” noticioso.

Se realizó un análisis detallado de las características de la agenda setting relacionados a los noticieros desde dos perspectivas diferentes, Canal 7 TVB, medio de comunicación estatal, y Canal 2 Red Unitel, medio de comunicación privado y comercial, para luego sintetizarlos de forma que tengan explicación de los conceptos como soportes teóricos, que fundamenten el supuesto, de que la construcción de la agenda sigue a un

interés político – económico, convirtiéndose en un factor determinante para una mayor comprensión de las noticias.

Se usó el método deductivo, sustentado en la lógica formal de Aristóteles, que va de lo general a lo particular para identificar el problema de investigación, sus elementos y factores a investigar. Se aplicó la prueba lógica o silogística a fin de tener la coherencia necesaria hacia el interior del problema de investigación.

Posteriormente, el método inductivo permitió lograr conclusiones o inferencias generalizadoras respecto a la situación del uso de la agenda setting en ambos medios de comunicación audiovisual y su importancia sobre la comprensión de las noticias. Se combinaron las metodologías cuantitativa y cualitativa a fin de que el tratamiento al tema de investigación disponga de mayores elementos que faciliten la comprensión del fenómeno.

La investigación documental y de campo se refiere a la revisión bibliográfica realizada, al análisis morfológico a cada uno de los medios, a la evaluación de sus noticias, al sondeo de opinión realizado a los grupos de trabajo periodístico – político de distintos medios, y finalmente a las entrevistas en profundidad realizadas a dos expertos en materia de teoría de la comunicación de masas, especialista en la teoría de la agenda setting.

La presente investigación se inició como causal; ante la necesidad de mayores elementos para comprender el fenómeno, también como base, se realizó un estudio descriptivo y de observación que facilitó realizar un análisis, sin buscar tendencias ni intencionalidades, en que cada medio tropieza con ese error.

La investigación fue definida de tipo causal ya que en el afán de conocer si la agenda setting sigue la regla de ética profesional periodística en la elección de temas de cobertura noticiosa y la comprensión de los acontecimientos, fue necesario hacer una medición para establecer si existe o no una acción directa de los poderes ideológicos, sobre la comprensión de la opinión pública sobre la estructura del “que pensar sobre las noticias”.

## 4.2. Diseño de la investigación

El diseño del trabajo corresponde a la investigación exploratorio – descriptivo, ya que esto se efectúa cuando el objeto de estudio es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tiene muchas dudas y no se han abordado antes.

Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas o ampliar las existentes.<sup>38</sup>

En nuestro estudio descriptivo podemos señalar que se busca especificar prioridades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

Miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos aspectos, dimensiones componentes del fenómeno a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es recolectar datos (para los investigadores cuantitativos, medir y para los cualitativos, recolectar información). Esto es, en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas.

En nuestro caso más específicamente se investigó la construcción y factores en la elaboración de la teoría de la agenda setting en La Paz Bolivia, esto para analizar si la sociedad y la opinión pública, esté bien informada de lo que en verdad es importante o de conocimiento público, en tema de noticias.

Estos estudios nos servirán para saber cómo se han abordado la situación de investigación y le sugerirán preguntas que puede hacer; sin embargo, la agenda setting y la opinión pública son diferentes, la relación entre ambos es única. Además, los problemas son particulares de esta ciudad. Por lo tanto, su investigación será exploratoria, al menos en sus inicios.

---

<sup>38</sup> SAMPIERI, Roberto; FERNANDEZ, Carlos; BAPTISTA, Pilar. Metodología de la investigación. Ed. Mc Graw Hill. Págs. 115 – 117

De hecho, su dimensión es transeccional debido a que la evaluación y recolección de datos fue hecha en un momento determinado y por dos únicos canales de televisión en medios de comunicación.

### **4.3.Técnicas de investigación**

#### **4.3.1. Estudio documental**

La presente investigación teórica fue realizada en base a técnicas de estudio documental por medio de la elaboración de fichas ayuda memoria (FAM) que comprenden las fichas textuales, resumen, sintéticas, analíticas, explicativas, críticas y reflexivas; y fichas bibliográficas o de registro de fuentes, que señalan las fuentes de información y permitieron organizar la información recopilada.

Se realizó una investigación documental, teórica, conceptual en base a las fuentes de información existentes en nuestro medio sobre el tema de la agenda setting.

La investigación se circunscribe principalmente a realizar consulta directa y objetiva de los antecedentes, teorías comunicacionales, paginas Web y otras publicaciones de procesos de la agenda setting.

Las principales fuentes para la recopilación de datos e información en la investigación bibliográfica o documental son: las Bibliotecas, los Centros de Investigación, Organizaciones privadas y biblioteca virtual por medio del Internet. Se menciona entre ellas a los: Libros, Tesis, Trabajos Dirigidos, páginas Web, etc.

#### **4.3.2. Análisis y síntesis**

Análisis, es la separación material o mental del objeto de investigación en sus partes integrantes con el propósito de descubrir los elementos esenciales que lo conforman; en este caso la agenda setting del campo político periodístico de Canal 2, Unitel y Canal 7 TVB, en sus informativos de ediciones centrales.

Consiste también en la integración material o mental de los elementos o nexos esenciales del manejo de la agenda setting que es un conjunto de teorías comunicacionales de principios, elementos de investigación, técnicos que regulan el control del “qué pensar” en la opinión pública y la sociedad en general.

#### **4.3.3. Comparativo**

En este caso se estudiarán las diferentes situaciones, acciones o decisiones para determinar y explicar las similitudes y diferencias entre la agenda setting de Unitel y TVB, planteadas en los informes noticiosos del acontecer diario de noticias.

#### **4.3.4. Medición**

Es el proceso de obtención de información que consiste en evaluar las acciones y decisiones adoptadas por los responsables, respecto a la agenda setting y compararlas entre ambas, se lo realizó con la obtención de resultados del sondeo de opinión.

#### **4.3.5. Histórico**

Las actividades y decisiones relacionadas con el análisis de la agenda setting del campo político periodístico fueron estudiadas para reconstruir exactamente el pasado sin distorsiones, y para averiguar, documentar e interpretar sus conclusiones adecuadamente dichos informes y tablas de medición de muestra.

#### **4.3.6. Teórico**

Consiste en la explicación de principios, fenómenos o datos, relacionado con la agenda setting desde su formulación hipotética, hasta la investigación Norteamericana, Europea y opiniones de periodistas nacionales.

#### **4.3.7. Evaluación**

Mediante este procedimiento, se espera que la comparación analítica, de Unitel tanto como TVB, sea de ayuda a formular propuestas para el uso correcto de la agenda setting, partiendo desde una buena y correcta información en el campo periodístico político, pasando por la investigación en profundidad de los acontecimientos y observar qué hecho es noticia de importancia general para la opinión pública y qué hecho no.

#### **4.4. Fuentes de información**

##### **4.4.1. Primarias**

Para la primera etapa investigativa de recolección de información se empleó la Observación Directa y la realización de encuestas y entrevistas a los periodistas del campo político periodístico de todos los medios de comunicación local (La Paz).

##### **4.4.2. Observación directa**

Es una técnica de investigación que busca recabar información a través de la acción de observar y mirar detenida y directamente el producto informativo que cada medio difunde en sus noticiarios como ser: notas, sistemas de emisión, personajes políticos, organizaciones sociales, emergentes de la elaboración de la agenda setting; realizando un examen crítico, sistemático y analítico de los mismos en un cuadro de datos.

Para la obtención de datos se utilizó la técnica de Observación de Campo u Observación “In Situ” que es aquella que se ejecuta en el lugar mismo de los hechos.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup>. ARANDIA Saravia Lexin, Métodos y Técnicas de Investigación y Aprendizaje. Ed Arandia Págs. 167-169

#### **4.4.3. Entrevista**

La Entrevista es un proceso comunicativo que permite complementar o sustentar el avance investigativo, por lo que se constituye como una fuente primaria de enorme relevancia.

En la Entrevista existe un proceso de Comunicación Horizontal para que se establezca contacto visual y oral que engloba una comunicación directa con el actor de la elaboración y opinión de la agenda setting.

#### **4.4.4. Secundarias**

Dentro de las fuentes secundarias destacamos la información bibliográfica especializada (Teorías e investigaciones, técnicas, resultados y Publicaciones) sobre la agenda setting; así como los apuntes de clases obtenidos en la U.M.S.A.

### **4.5. Evaluación y comprensión en muestra y datos**

#### **4.5.1. Análisis morfológico**

Con el fin de responder a los objetivos establecidos, se recopiló todo el material de información de los noticieros de ambos canales de televisión. Se hizo un análisis detallado de cada agenda setting, tomando en cuenta sus características en su elaboración y la opinión por medio del sondeo realizado a los trabajadores (periodistas, camarógrafos, editores, redactores, etc.) de este campo político periodístico. El análisis morfológico permitió la descripción de las características del mensaje y su estructuración.

#### **4.5.2. Procedimiento**

El procedimiento llevado a cabo para comprobar si la elaboración de la agenda setting puede ser considerada como una influencia política que desvía la información real y no permite la opinión pública correspondiente en la comprensión de las noticias. El trabajo fue el siguiente:

Primero se trabajó en la elaboración de una muestra audiovisual, de los noticiarios informativos de las principales ediciones de Canal 2 Unitel, como también canal 7 TVB.

#### **4.5.3. Sondeo de opinión**

Finalizada la primera parte de la muestra y el análisis, se pidió a los periodistas y diferentes colegas de trabajo a contestar las preguntas de un breve cuestionario para conocer la aceptación de la elaboración de la agenda setting y su percepción sobre si la cobertura del campo político periodístico que presenta la información de manera más exagerada o parcializada está de acuerdo a los intereses descubiertos en nuestra investigación.

El sondeo permitió conocer la actitud y criterio de un grupo de trabajadores de la prensa reducido de personas frente a la percepción de la opinión pública; sus resultados pueden ser generalizados sobre la muestra en sí o sobre grupos con características similares, no sobre una población mayor; pero sí pueden darnos una idea “del qué pensar” cada día por el público y la sociedad en un parámetro base para futuras investigaciones.

#### **4.5.4. Entrevistas en profundidad**

Fue necesario, además, realizar entrevistas a las personas conocedoras del tema de agenda setting en el mundo y en nuestro contexto para realizar un análisis comparativo, es decir a los analistas de fenómenos comunicacionales de esta área teórica - investigativa. Las entrevistas fueron realizadas a fin de obtener información válida, confiable, detallada y “práctica” acerca de la realización y características de la elaboración de agenda setting, producida en nuestro medio.

#### **4.5.5. Muestreo**

La primera parte del trabajo de investigación, se ocupa del escoger los medios mas enfrentados y que nos podían aclarar el panorama de la investigación de esta hipótesis de la agenda setting, es por eso que se eligió a un canal comercial – privado como lo es Unitel, canal 2 y a el canal oficial del estado boliviano canal 7, Televisión Boliviana (TVB).

La premisa básica para determinar la muestra, fue tomar en cuenta sólo los noticieros de estos dos informativos, la edición central de noticias de medio día y la nocturna que en total forman como 25 a 28 noticieros grabados y monitoreados de aproximadamente una hora de duración por cada edición de noticias.

Asimismo, la entrevista en profundidad se realizó a dos reconocidos investigadores de la ciencia de la comunicación social, quienes actualmente son los que llevan mayor tiempo de trabajo continuo en esta área, en la ciudad de La Paz, y de manera cotidiana presentan su trabajo en dos medios locales; se trata de un responsable del área en la investigación comunicacional en América latina.

#### **4.6. Límites y alcances de la investigación**

##### **4.6.1. Alcance geográfico**

La investigación prioriza la estructura mediática informativa de los departamentos de redacción del canal 2 Unitel y canal 7 TVB en La Paz.

##### **4.6.2. Temporal**

El estudio tomó en cuenta el estudio de la selección y el establecimiento de la agenda o agenda setting durante el primer mes del 2007. (Duración de dos semanas de información e investigación en las ediciones centrales informativas de canal 7 TVB y canal 2 Red Unitel).

##### **4.6.3. Unidad de análisis**

Se tomó en cuenta las siguientes temáticas: La elaboración en la selección del establecimiento de la agenda que selecciona y jerarquiza las coberturas y noticias a emitirse en sus noticieros. La agenda setting tiene la capacidad de causar opiniones erróneas de acuerdo a la importancia de noticias en la opinión pública. Se analizará:

El estudio de la edición central de noticias de Canal 2 Red Unitel y Canal 7 TVB.

# Capítulo V

DIAGNOSTICO

## **CAPITULO V**

### **DIAGNOSTICO**

#### **5.1. Resultados de la investigación**

##### **5.1.1. Resultados de las encuestas**

En este plano, la investigación que utilizó como principal herramienta a las encuestas, se la realizó en todos los medios de comunicación social de la ciudad de La Paz, ya sean estos audiovisuales o escritos.

Se partió sobre el universo periodístico de todos los componentes que hacen al manejo de la agenda setting, vale decir todas las personas que están involucradas en este trabajo en cada medio de comunicación. Muchas de estas encuestas fueron realizadas voluntariamente puesto que mi persona se trasladó a cada medio de la ciudad, para dejar aproximadamente entre 10 a 20 encuestas y el resultado en algunos casos fue satisfactorio y, en algunos, no con mucha suerte, ya que solo me devolvían algunas encuestas llenadas.

También me trasladé hasta las fuentes de información, donde los periodistas realizan su trabajo como por ejemplo: Plaza Murillo, Plaza de los Héroes, Ministerios, o simplemente detrás de cualquier marcha de protesta.

Realicé 100 encuestas, pero prioricé obtener la mayor cantidad de encuestas de los medios que son la base de la investigación (Unitel, TVB) es así que de Unitel obtuve 17 encuestas, significativo número, de TVB obtuve 10 encuestas que por ayuda de algunos

compañeros de trabajo me llenaron personalmente en presencia mía. El trabajo duro aproximadamente 10 días casi dos semanas.

### 5.1.1.1. Encuesta global a periodistas de los diferentes medios

PREGUNTA: 1.- ¿En qué medio de comunicación trabaja usted?

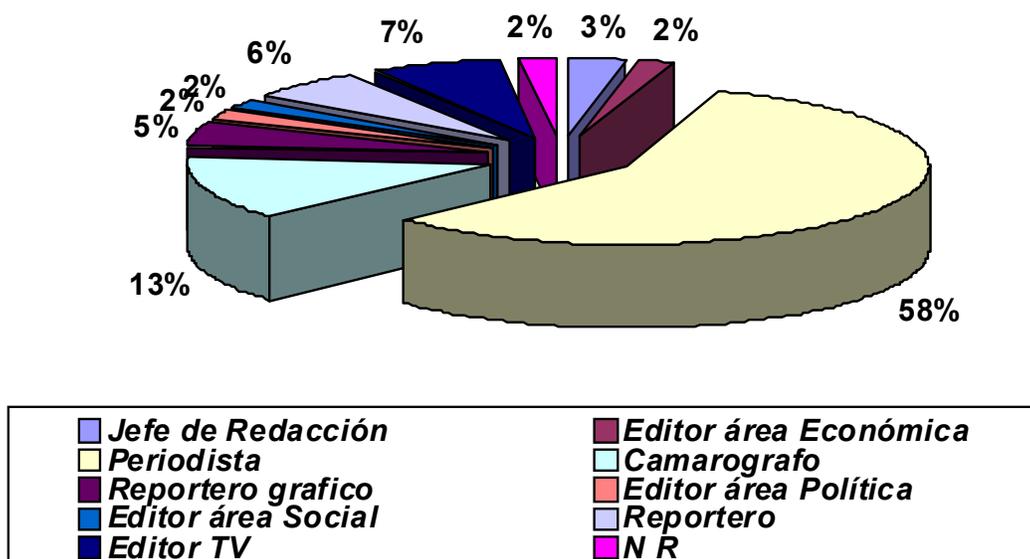
<b>MEDIOS AUDIOVISUALES</b>			
<b>TELEVISIÓN</b>		<b>RADIO</b>	
AP producciones	1	Patria Nueva	1
RTP	4	Doble 8 latina	1
Gigavisión	1	Láser 98	3
CTV	7	FIDES	4
<b>Unitel</b>	<b>17</b>	Gente	1
<b>TVB</b>	<b>10</b>	Erbol	1
PAT	4	RCN	2
Bolivisión	6	Illimani	6
TVU	12	<b>TOTAL</b>	<b>19</b>
<b>TOTAL</b>	<b>62</b>		

<b>MEDIOS ESCRITOS</b>			
<b>PERIÓDICO</b>		<b>AGENCIA DE NOTICIAS</b>	
El Diario	10	APG	1
La Razón	2	ABI	2
La Prensa	1	ABC	1
Pagina Uno	1	ANF	1
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>TOTAL</b>	<b>5</b>
<b>TOTALES</b>			<b>100</b>
Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta científica realizada por el tesista			

De manera sintética, destaco que entre los entrevistados pudimos contar con un 62% que trabajan en TV, de los cuales un 17% de Unitel, 12% TVU, 10% TVB, 7% CTV, 6% de Bolivisión, otros menor al 5%. A continuación, el medio de comunicación como la Radio con un 19% del que obtuvimos a un 6% de Illimani, 4% Fides La Paz, 3% Láser 98 y varios menor a un 2%. Le sigue La Prensa escrita con un 14%, en este sector encontramos a un 10% de El Diario, 2% de La Razón, La Prensa, Página uno. Por último, agencias de noticias con un 5%, estos son un 2% de ABI y 1% cada uno de APG, ABC y ANF; esto hace un total del 100%.

## ENCUESTA GLOBAL A PERIODISTAS DE LOS DIFERENTES MEDIOS

PREGUNTA: 2.- Usted se desempeña como:

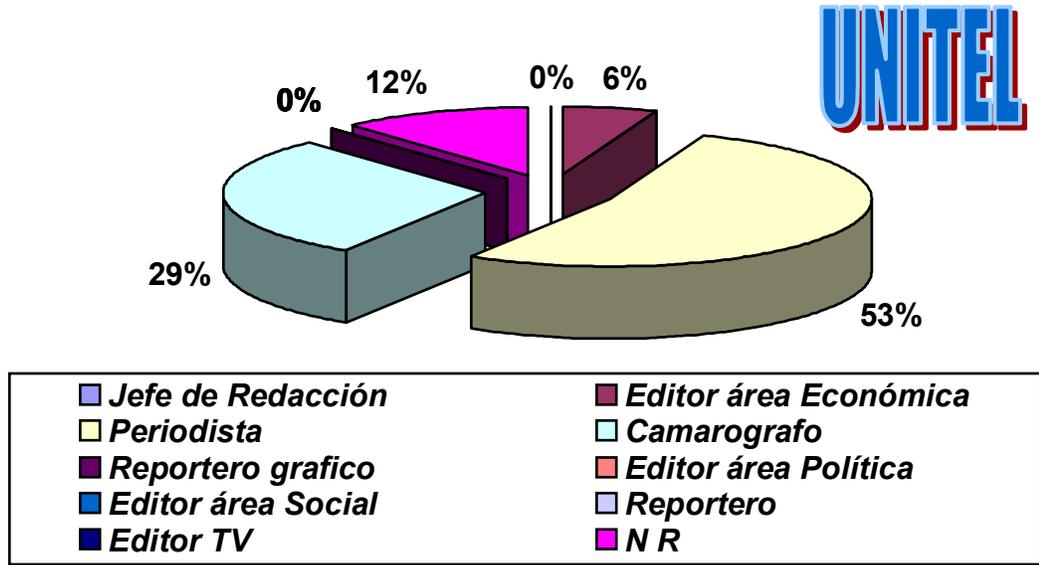


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta científica realizada por el tesista

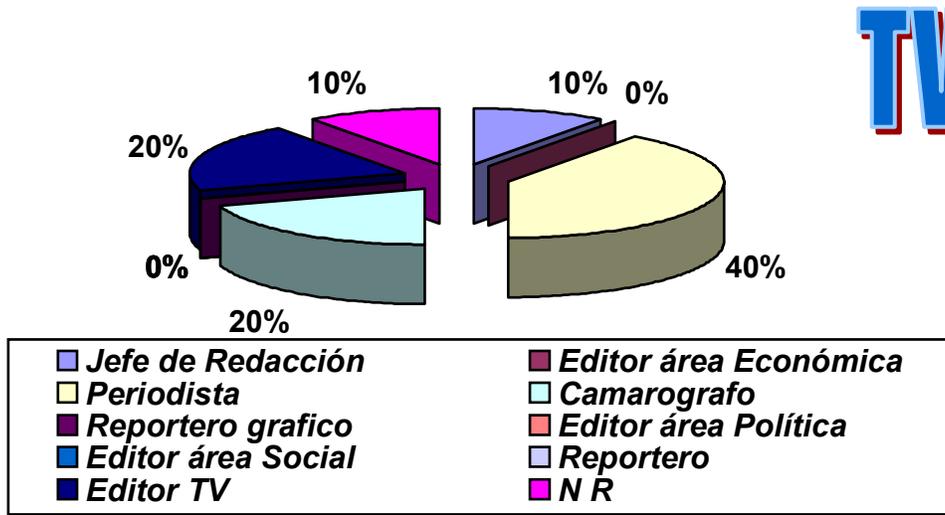
Logramos conseguir la opinión, en su mayoría de un 58% de periodistas, 13% de camarógrafos, que son como los compañeros fieles de los periodistas, un 7% editores de TV, 6% que son solo reporteros, seguido de un 5% de reporteros gráficos o fotógrafos, 3% de jefes de redacción o prensa, quienes establecen la agenda en su medio, y tan solo 2% de Editores de área Económica, Política, Social, y otros 2% que no saben o se desempeñan en otras funciones; esto hace un total del 100%.

## ENCUESTA SECTORIAL A PERIODISTAS DE LOS MEDIOS (UNITEL Y TVB)

PREGUNTA: 2.- Usted se desempeña como:



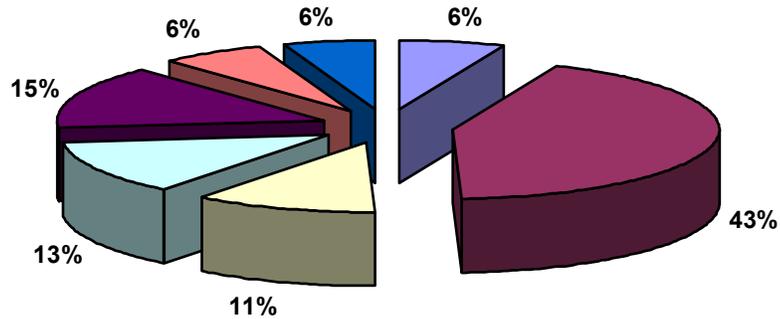
Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta científica realizada por el tesista



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta científica realizada por el tesista

## ENCUESTA GLOBAL A PERIODISTAS DE LOS DIFERENTES MEDIOS

PREGUNTA: 3.- ¿Quién determina la agenda en su medio?

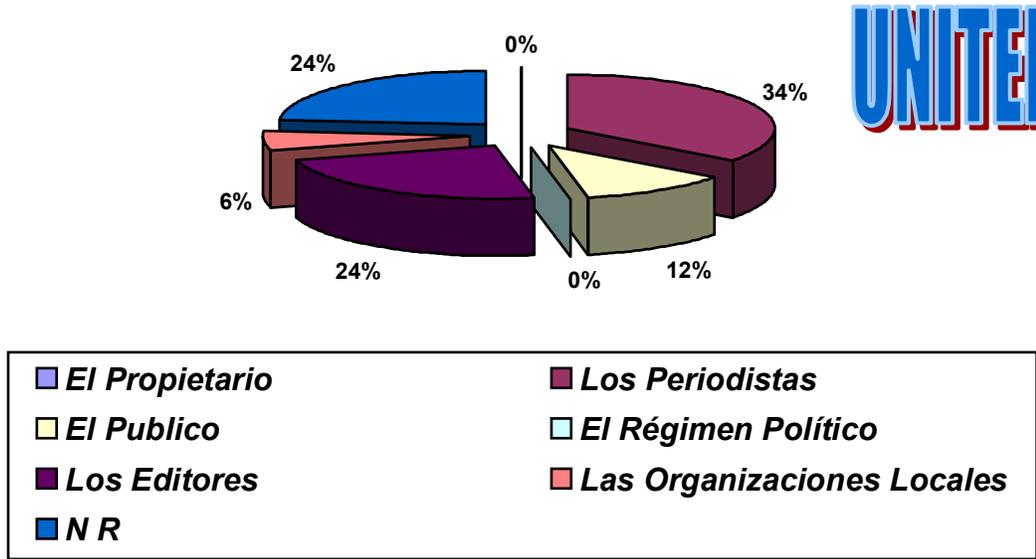


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta científica realizada por el tesista

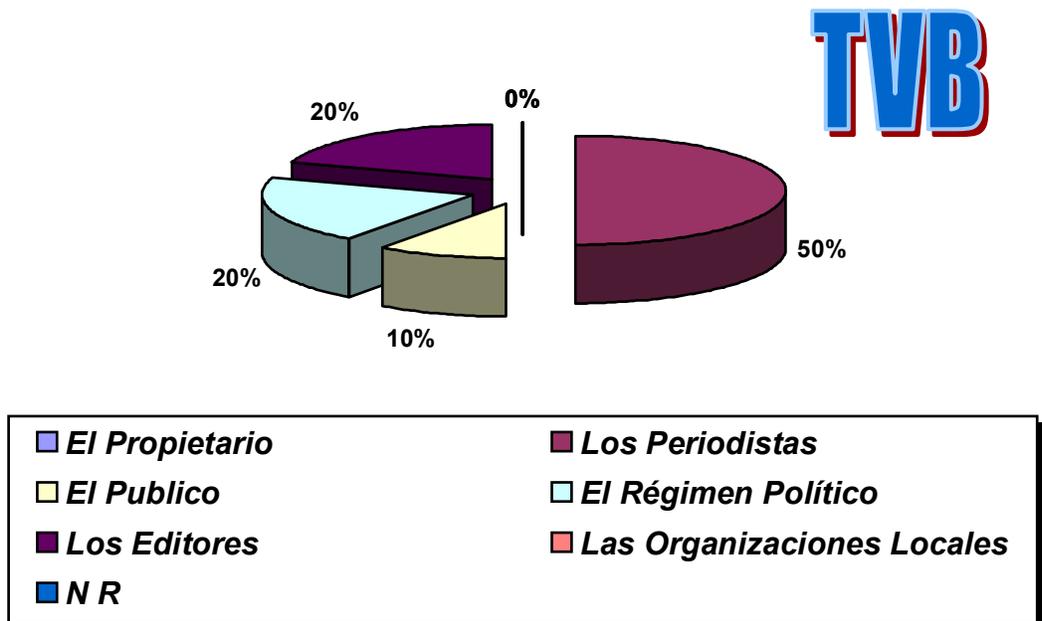
Con el afán de informar e investigar, un 43% dicen que los periodistas son los que determinan la agenda en su medio, el 15% se dice que lo deciden los editores en la reunión de cada jornada, 13% opinan que es el Régimen Político quien lo determina, el 11% acepta que el público algunas veces decide la agenda, un 6% sorprendentemente aceptan que es el propietario del medio quien influye en el establecimiento de la agenda, otro 6% quienes señalan que son las organizaciones sociales, y por último los que no viven su realidad solo el 6% que no sabe ni responde; esto hace un total del 100%.

## ENCUESTA SECTORIAL A PERIODISTAS DE LOS MEDIOS (UNITEL Y TVB).

PREGUNTA: 3.- ¿Quién determina la agenda en su medio?



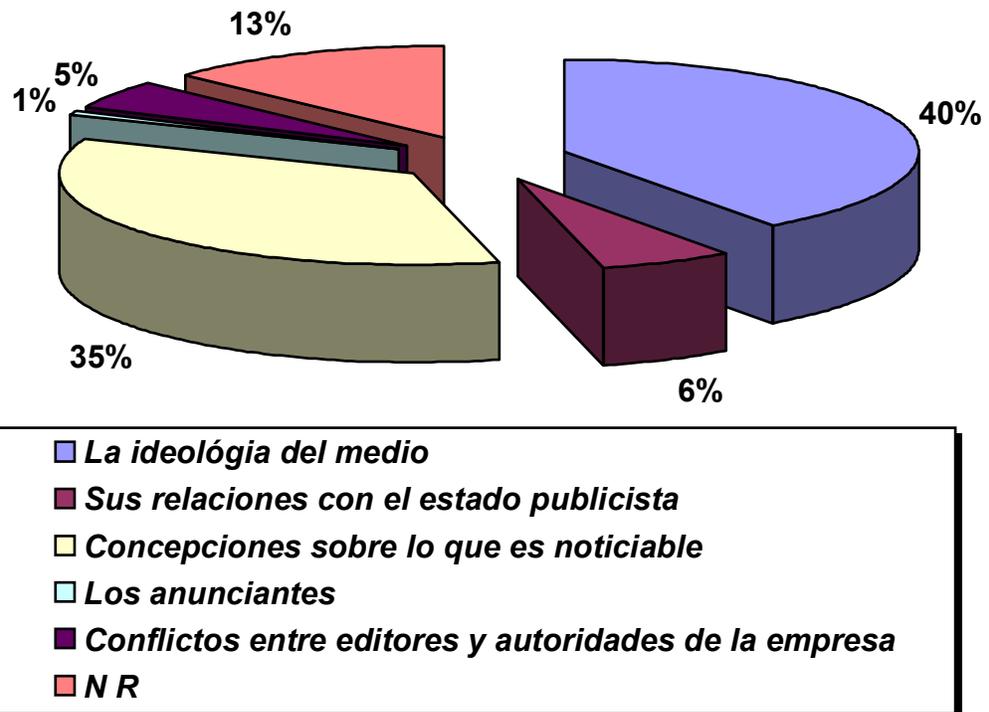
Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta científica realizada por el tesista



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta científica realizada por el tesista

## ENCUESTA GLOBAL A PERIODISTAS DE LOS DIFERENTES MEDIOS

PREGUNTA: 4.- La propuesta de la agenda ¿Qué obstáculos plantea?

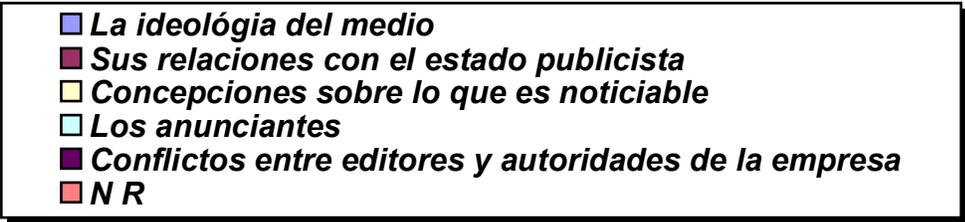
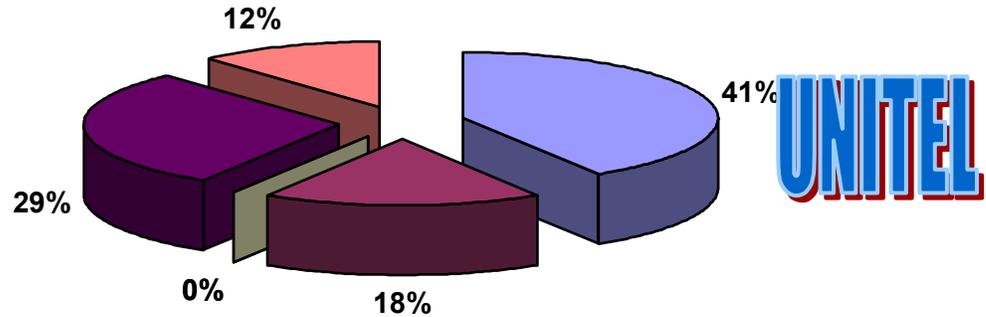


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta científica realizada por el tesista

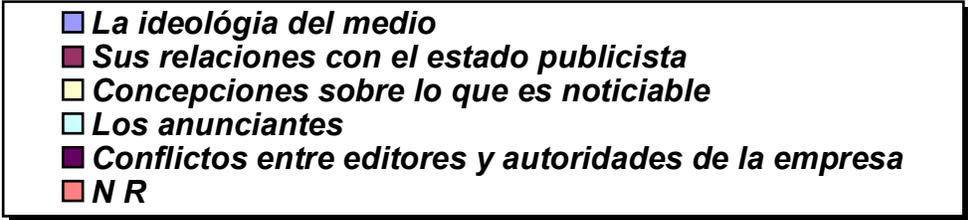
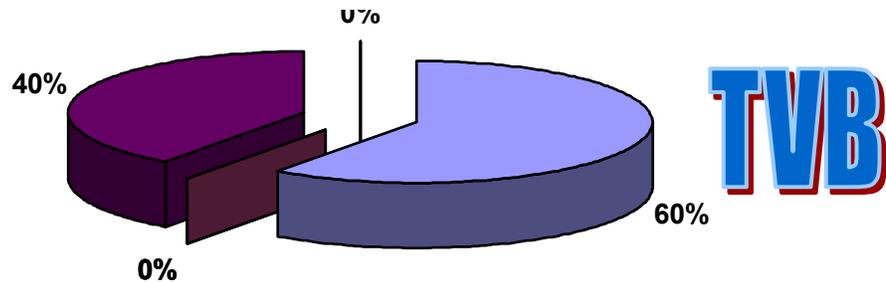
El proponer una agenda plantea obstáculos de los cuales un 40% opina que es la ideología del medio o en este caso del propietario, 35% dicen que son las concepciones de lo que es noticiable, otro 13% no sabe o no responde, un 6% que son las relaciones del medio con el estado publicista, el 5% piensa que son por los conflictos entre editores y autoridades de la empresa en la propuesta de una agenda prepositiva, y tan solo 1% dicen que son los anunciantes que también tienen su influencia político-económico; esto hace un total del 100%.

**ENCUESTA SECTORIAL A PERIODISTAS  
DE LOS MEDIOS (UNITEL Y TVB)**

PREGUNTA: 4.- La propuesta de la agenda ¿Qué obstáculos plantea?



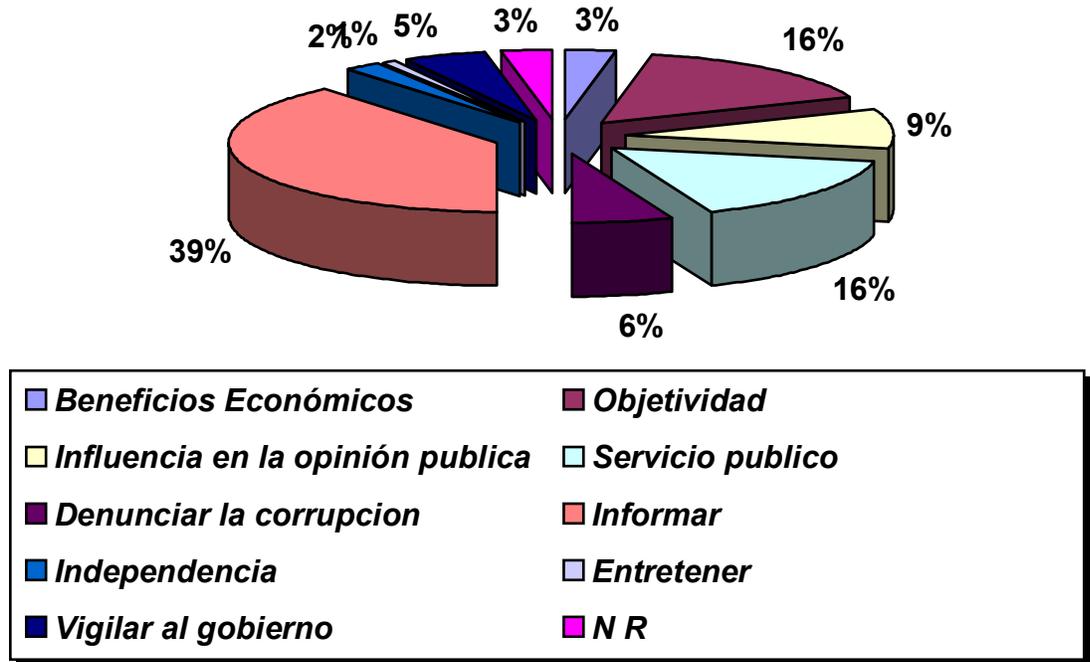
Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta científica realizada por el tesista



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta científica realizada por el tesista

## ENCUESTA GLOBAL A PERIODISTAS DE LOS DIFERENTES MEDIOS

PREGUNTA: 5.- ¿A qué tipo de motivación responde la fijación de la agenda?

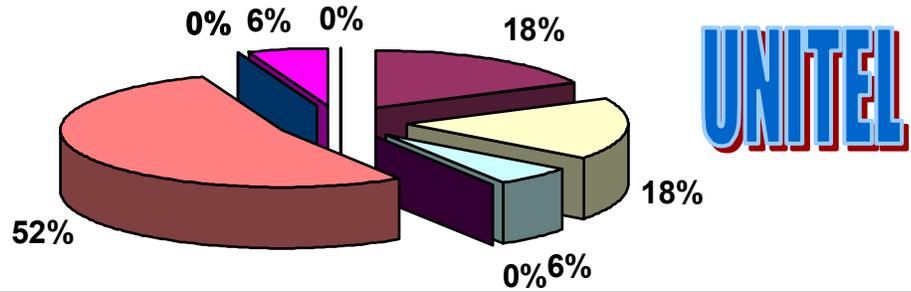


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta científica realizada por el tesista

La motivación que responde la agenda setting refiere a un 39% a informar, 16% compartido entre la objetividad y el servicio publico, 9% que es la influencia de la opinión publica, 5% de vigilar al gobierno en tono a desconfianza, seguido de un 4% que es denunciar la corrupción en todo sector, 3% porque trae beneficios económicos esta labor, al igual que no saben ni responden, 2% de independencia de cada medio y por ultimo 1% de entretener; esto hace un total del 100%.

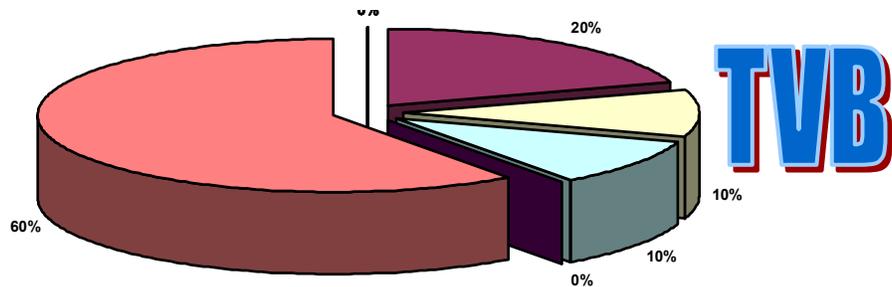
**ENCUESTA SECTORIAL A PERIODISTAS  
DE LOS MEDIOS (UNITEL Y TVB).**

PREGUNTA: 5.- ¿A qué tipo de motivación responde la fijación de la agenda?



<i>Beneficios Económicos</i>	<i>Objetividad</i>
<i>Influencia en la opinión publica</i>	<i>Servicio publico</i>
<i>Denunciar la corrupcion</i>	<i>Informar</i>
<i>Independencia</i>	<i>Entretener</i>
<i>Vigilar al gobierno</i>	<i>N R</i>

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta científica realizada por el tesista

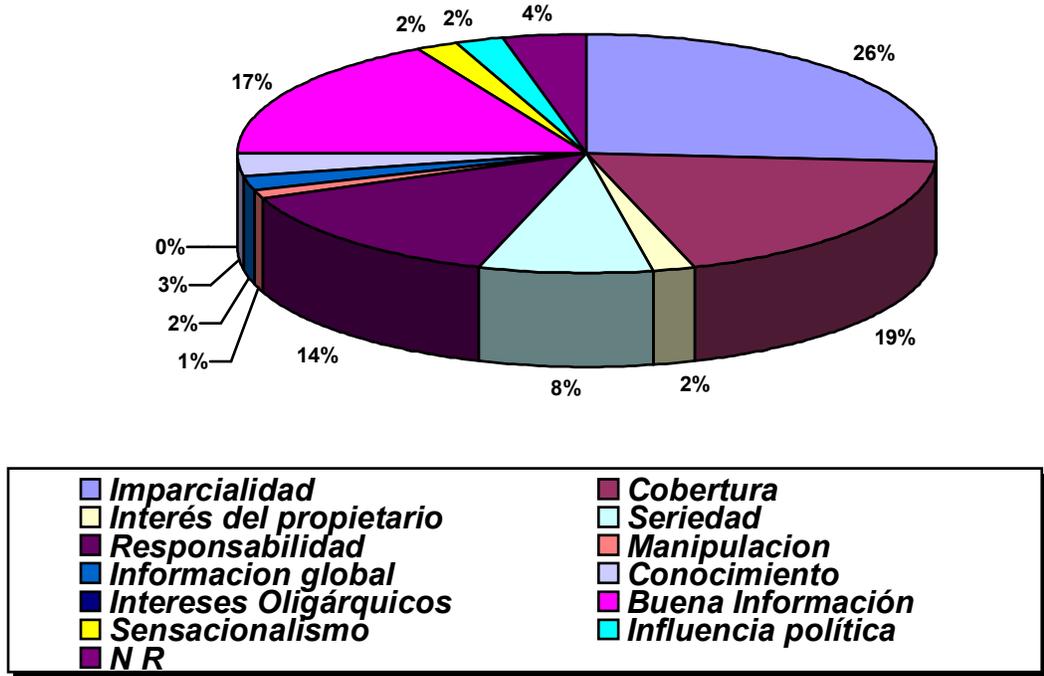


<i>Beneficios Económicos</i>	<i>Objetividad</i>
<i>Influencia en la opinión publica</i>	<i>Servicio publico</i>
<i>Denunciar la corrupcion</i>	<i>Informar</i>
<i>Independencia</i>	<i>Entretener</i>
<i>Vigilar al gobierno</i>	<i>N R</i>

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta científica realizada por el tesista

**ENCUESTA GLOBAL A PERIODISTAS DE LOS DIFERENTES MEDIOS**

PREGUNTA: 6.- Entre otras opciones, la determinación de la agenda, responde:

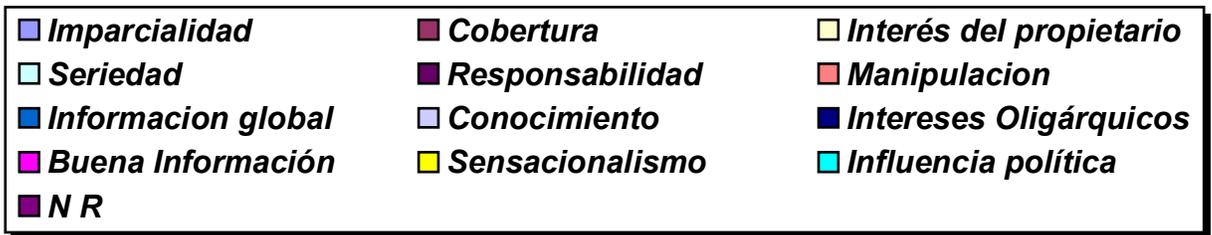
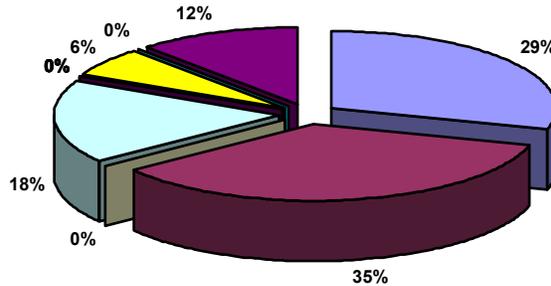


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta científica realizada por el tesista

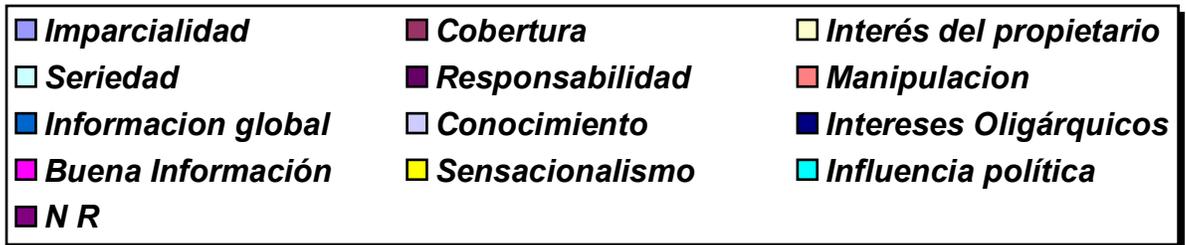
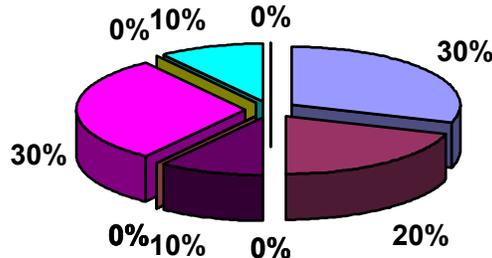
Esta determinación también responde a un 26% que según ellos es buscar la imparcialidad en la agenda, un 19% busca la cobertura en diversos temas, 17% como objetivo para esto es la buena información, 14% espera una buena responsabilidad en este campo de información, 8% de seriedad en la determinación, un 3% al conocimiento d los temas, 4% no sabe ni responde, un 2% dice que la agenda la mide el propietario, la influencia política al igual que la información global, 1% opinan que es la manipulación de la información; esto hace un total del 100%.

## ENCUESTA SECTORIAL A PERIODISTAS DE LOS MEDIOS (UNITEL Y TVB)

PREGUNTA: 6.- Entre otras opciones, la determinación de la agenda, responde:



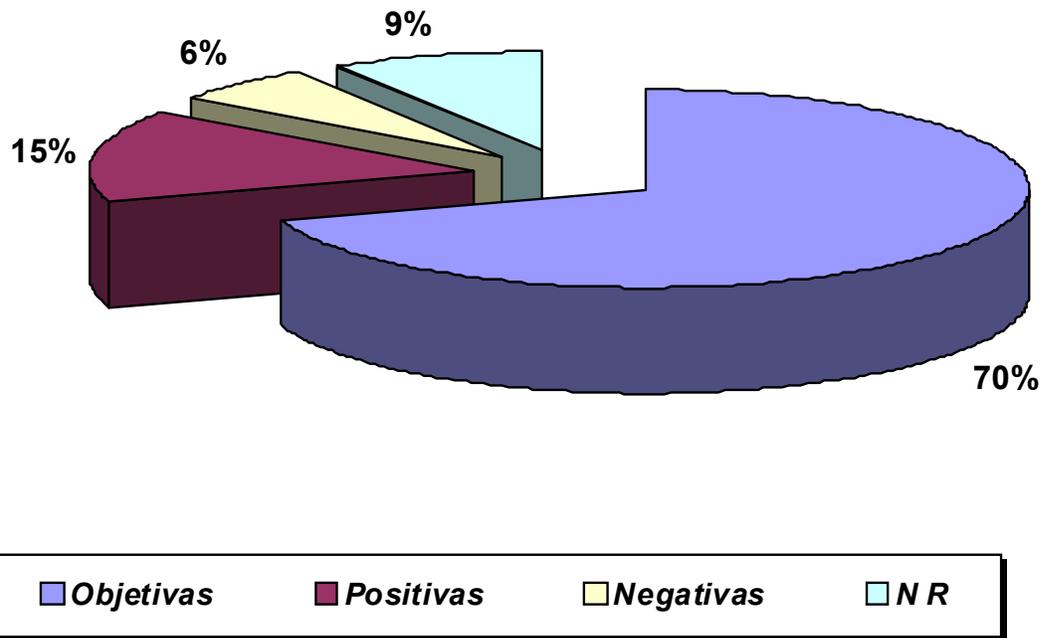
Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta científica realizada por el tesista



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta científica realizada por el tesista

## ENCUESTA GLOBAL A PERIODISTAS DE LOS DIFERENTES MEDIOS

PREGUNTA: 7.- Según su experiencia, las notas que usted escribe o realiza sobre las diferentes temáticas, generalmente son:

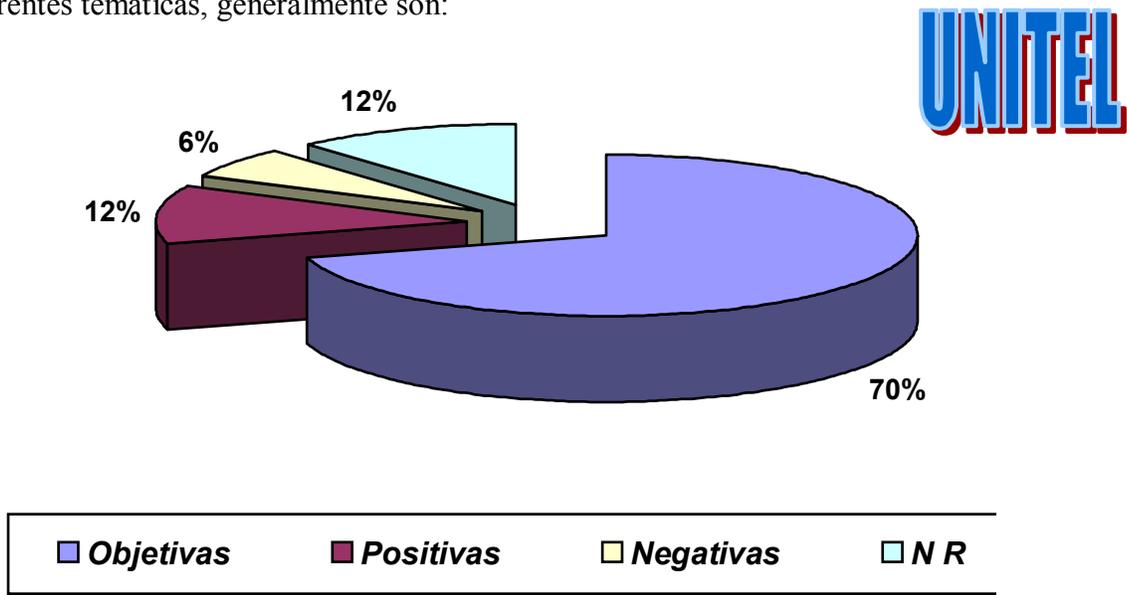


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta científica realizada por el tesista

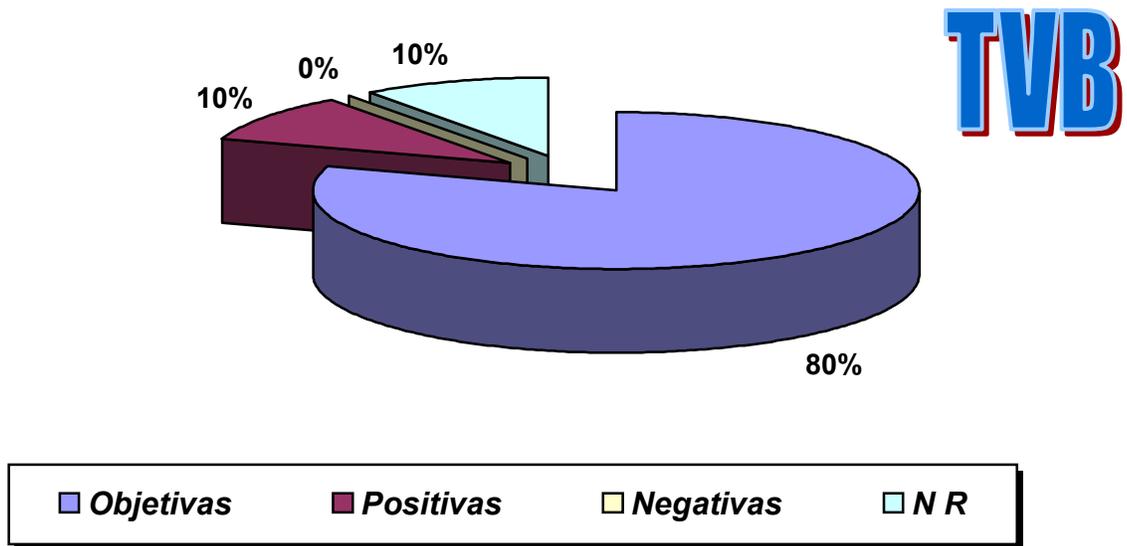
Según la cobertura diaria y elección de temas que se investigan y analizan los periodistas, los cuales son los encargados del proceso de información, señalan: que ellos tratan en un 70% de que esta sea lo más objetiva posible, a su vez encontramos en la encuesta, muy lejos por cierto, las informaciones positivas con un 15%, un 6% opinan que siempre son noticias o les tocó cubrir noticias negativas, 95 no sabe ni apoya ninguna de las opciones; esto hace un total del 100%.

**ENCUESTA SECTORIAL A PERIODISTAS DE LOS MEDIOS (UNITEL Y TVB).**

PREGUNTA: 7.- Según su experiencia, las notas que usted escribe o realiza sobre las diferentes temáticas, generalmente son:



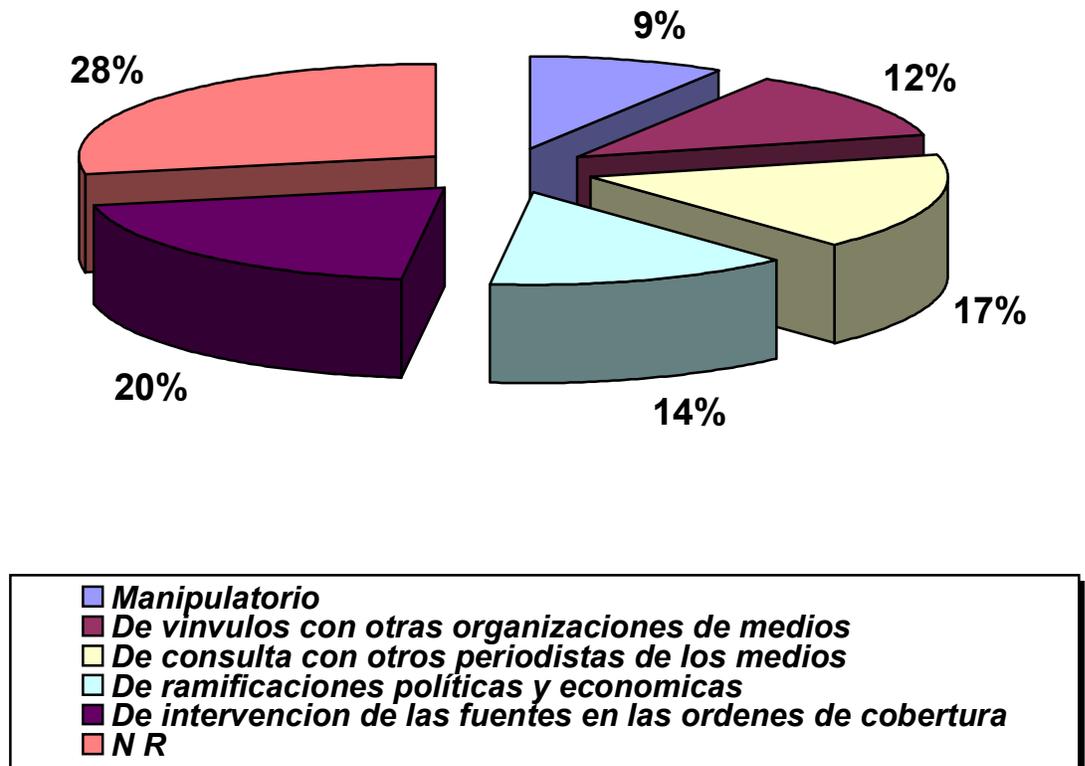
Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta científica realizada por el tesista



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta científica realizada por el tesista

## ENCUESTA GLOBAL A PERIODISTAS DE LOS DIFERENTES MEDIOS

PREGUNTA: 8.- La determinación de la Agenda evidencia un designio:

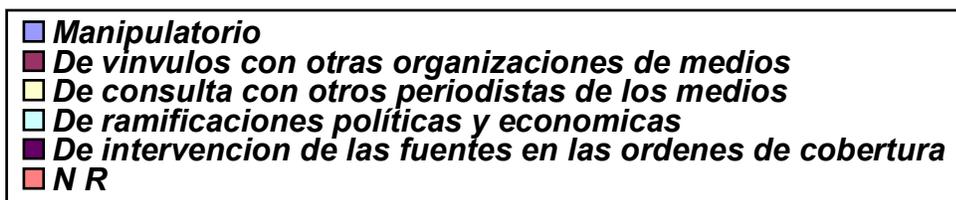
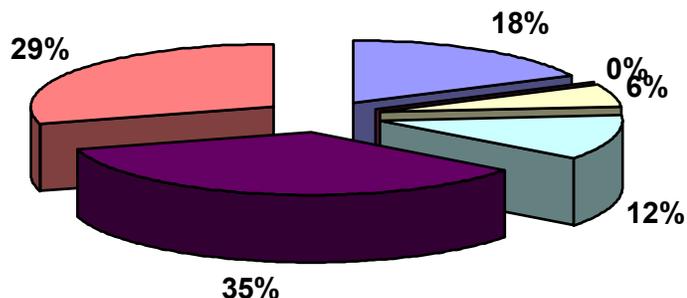


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta científica realizada por el tesista

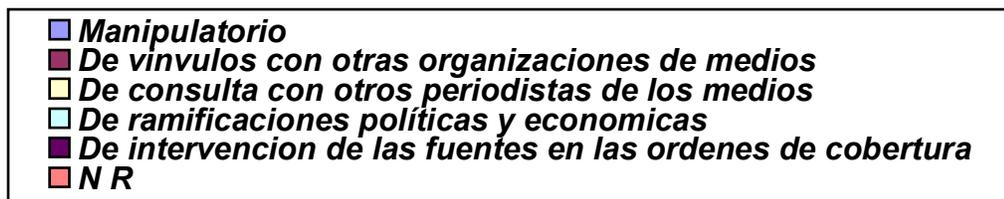
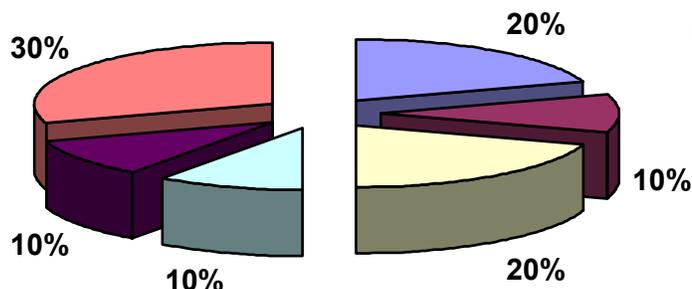
La agenda y su determinación evidencia un designio que para un 28% no lo hay o no se da cuenta que existe, a lo contrario un 20% hace responsable de esto a la intervención de las fuentes en las ordenes de cobertura, pero también hay que 17% es por la consulta con otros periodistas de los medios y la falta de información, seguido de un 14% que es por la ramificación política y económica, 12% indica que es un vinculo con otras organizaciones de medios y un 9% piensan que es de un carácter manipulatorio; esto hace un total del 100%.

**ENCUESTA SECTORIAL A PERIODISTAS DE LOS MEDIOS (UNITEL Y TVB).**

PREGUNTA: 8.- La determinación de la Agenda evidencia un diseño:



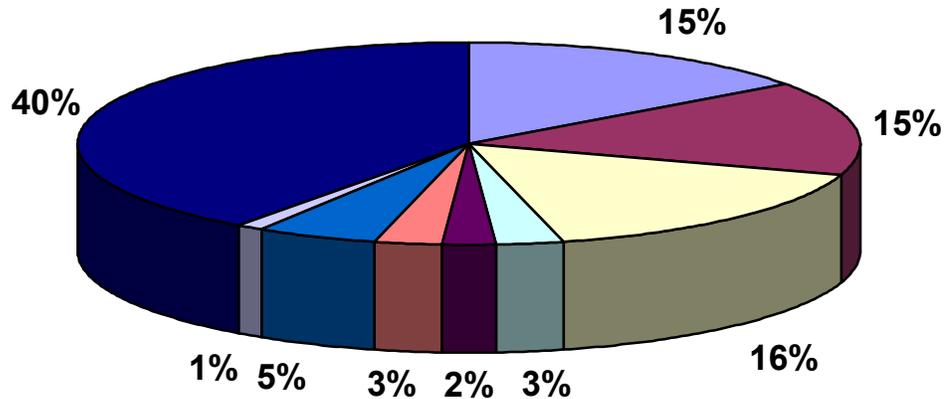
Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta científica realizada por el tesista



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta científica realizada por el tesista

## ENCUESTA GLOBAL A PERIODISTAS DE LOS DIFERENTES MEDIOS

PREGUNTA: 9.- ¿A qué formas de control informativo es sometido el acontecimiento?

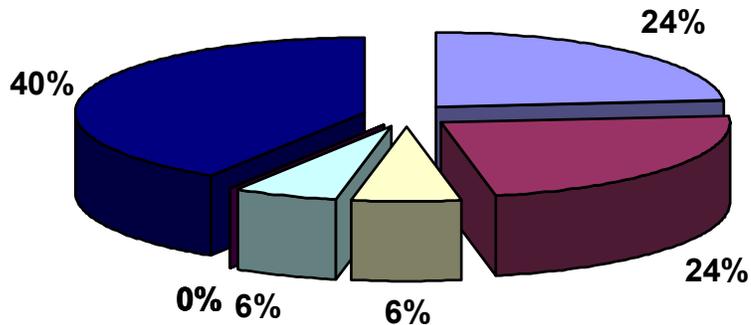


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta científica realizada por el tesista

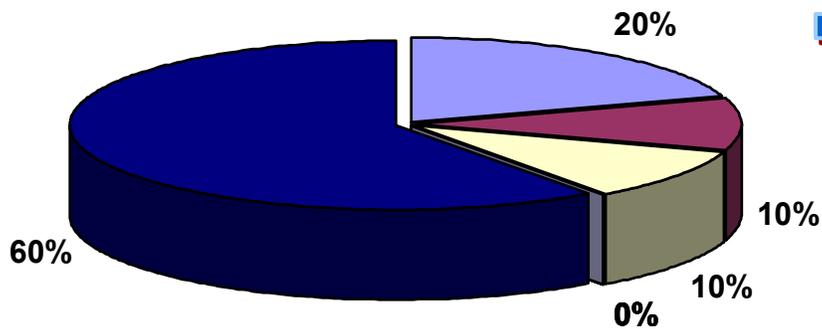
Las formas de control que es sometido los acontecimientos para la agenda son invisibles es por eso que un 40% no supo responder, el 16% encuentra el control en el filtrado de información, 15% compartido en opiniones como la censura y autocensura de los medios, 15% cree que es la deformación de la realidad, 3% considera que es la desinformación y otros de la manipulación de los temas, 2% la distorsión de la realidad, 1% la mentira; esto hace un total del 100%.

**ENCUESTA SECTORIAL A PERIODISTAS DE LOS MEDIOS (UNITEL Y TVB).**

PREGUNTA: 9.- ¿A qué formas de control informativo es sometido el acontecimiento?



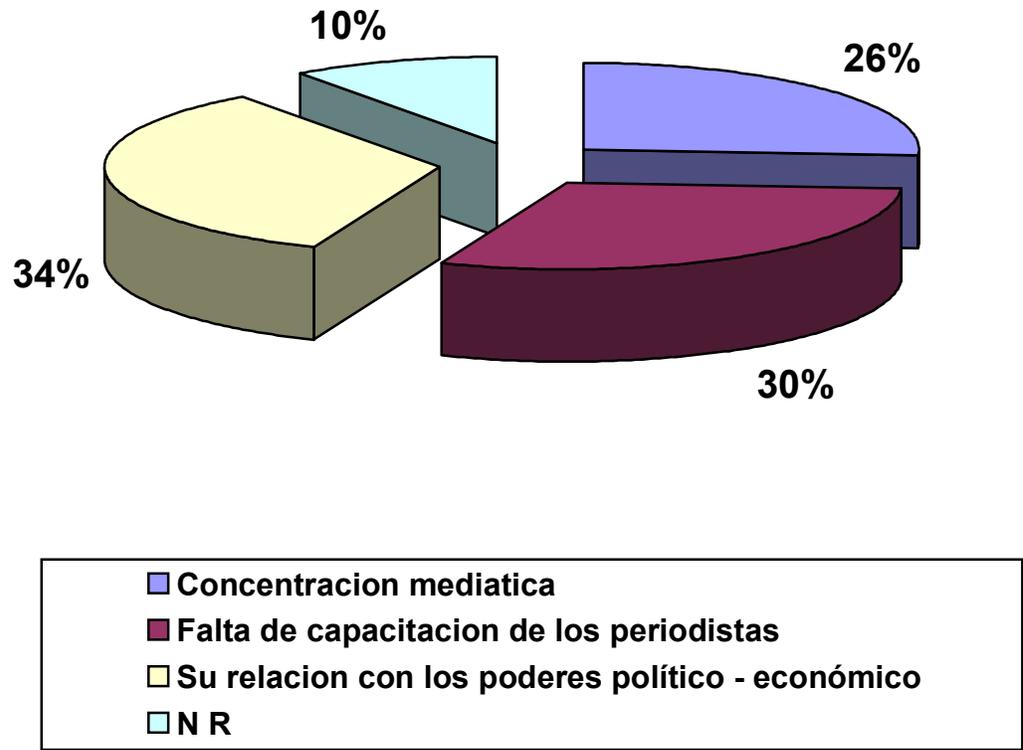
Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta científica realizada por el tesista



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta científica realizada por el tesista

## ENCUESTA GLOBAL A PERIODISTAS DE LOS DIFERENTES MEDIOS

PREGUNTA: 10.- ¿Cuál cree usted que es el principal problema de los medios?

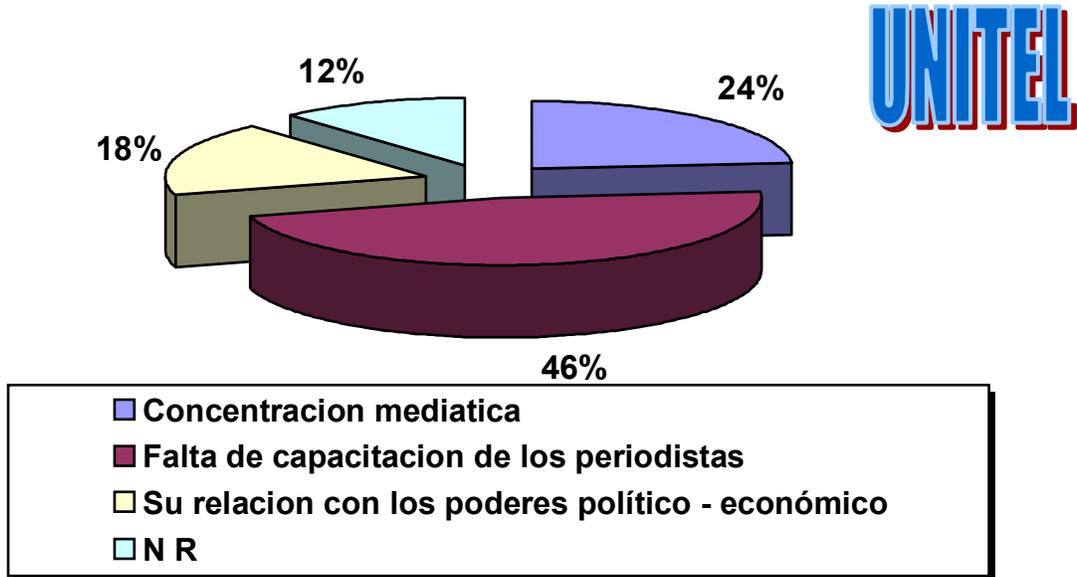


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta científica realizada por el tesista

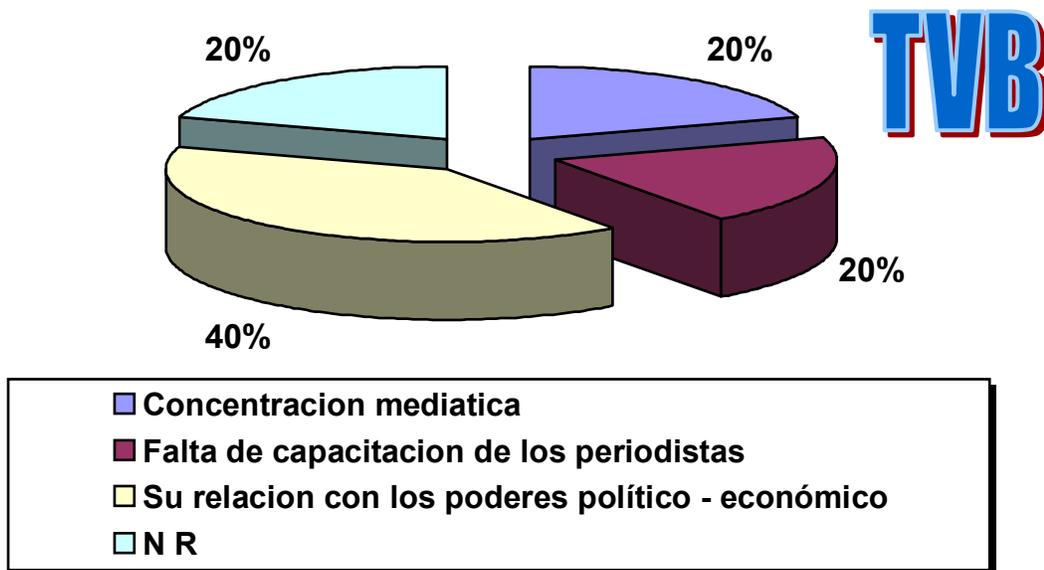
Una pregunta que concluye a este sondeo nos acerca a un análisis cuantitativo de la agenda setting en los medios locales, con un 34% opina que el medio y su relación con el poder político-económico, 30% a raíz de la mala formación y la falta de capacitación de los periodistas, 26% entiende que es por la concentración de los mediática, 10% que no supo contestar la pregunta debido a que no ubican ninguno de estas opciones; esto hace un total del 100%.

## ENCUESTA SECTORIAL A PERIODISTAS DE LOS MEDIOS

PREGUNTA: 10.- ¿Cuál cree usted que es el principal problema de los medios?

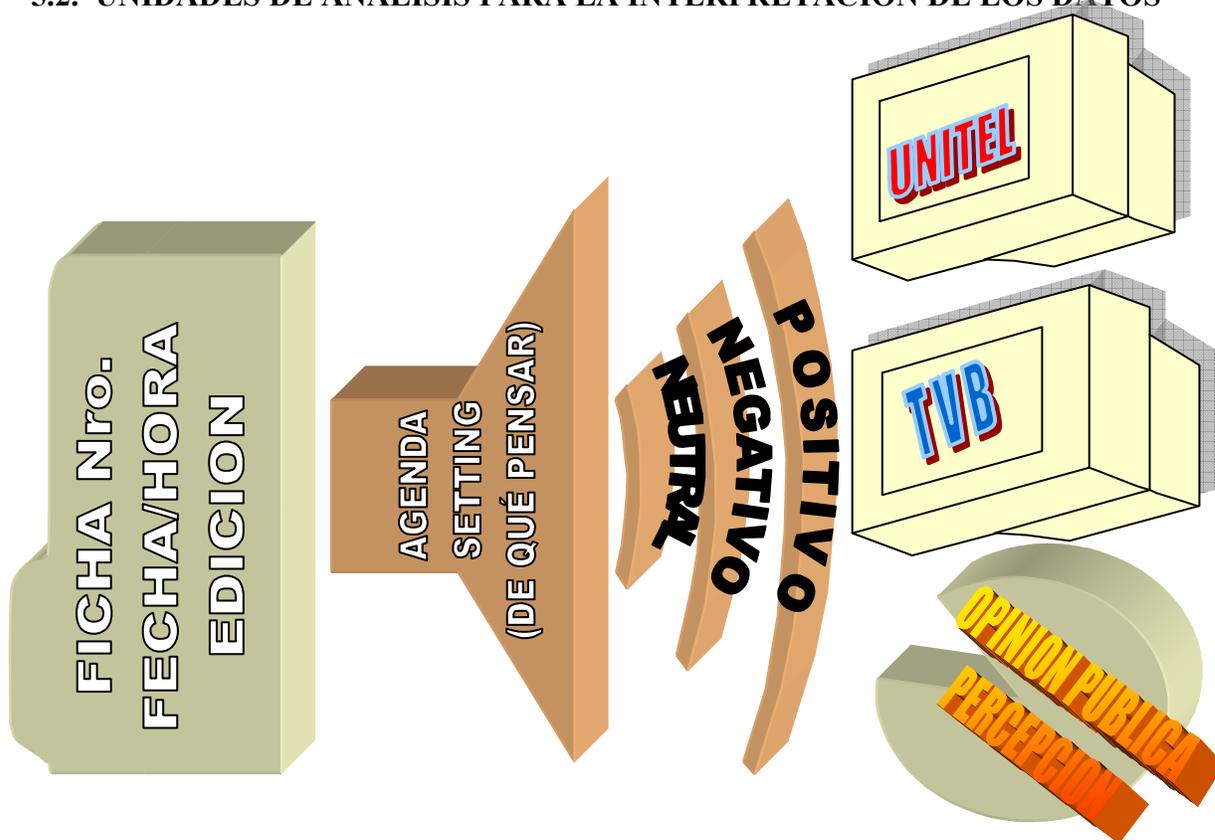


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta científica realizada por el tesista



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta científica realizada por el tesista

## 5.2. UNIDADES DE ANÁLISIS PARA LA INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a este cuadro entenderemos la percepción y el análisis de la Agenda Setting en el campo político- periodística. Información recabada para la investigación de nuestro trabajo.

Entenderemos cada Ficha como un integrante de la opinión pública para comprender el contexto informativo, con el contexto del medio. Muchas veces el tema convertido en noticia no es de importancia pública y es por eso de la categorización y la sub - categorización de las variables en positivo, negativo, neutral (sin importancia).

**CUADRO Nro. 1**

ANALISIS DE LA AGENDA SETTING DEL CAMPO POLITICO PERIODISTICO		UNITEL				TVB		
Nro. ficha	Fecha/hora Edicion	AGENDA SETTING	Positivo	Negativo	Neutro	Positivo	Negativo	Neutro
1	Lunes 15/01/2007 TVB/Tarde UNIT./Noctu.	Cuidad de El Alto piden renuncia del Prefecto de La Paz			X			X
			Cabildo contra Pepelucho, le dan 48 horas, quieren nueva eleccion de prefecto.					
2	Lunes 15/01/2007 TVB/Nocturno UNIT./Noctur.	Conflicto y vigilia de cocaleros en Cochabamba		X				X
			Manfred ven, cocaleros sigan nomas, El gobierno llama otra vez a Manfred, no pide a los cocaleros que se vayan					
3	Lunes 15/01/2007 TVB/Nocturno UNIT./Tarde	Lucha y divergencia por referendum revocatorio		X		X		
			Cochabamba huele a guerra, llegaron más cocaleros, piden la renuncia de Manfred.					
			Piden renuncia de Paredes. organizaciones sociales amenazan con bloqueo de caminos en El Alto					
			Se intensifica la vigilia en torno a la prefectura de Cochabamba.					
			Anuncian nuevo mitin para este martes, ratifican pedido de Renuncia de Reyes villa. El MAS no pide renuncia de Reyes Villa					

FUENTE: ELABORACION PROPIA

## **CUADRO Nro. 1 / Lunes 15 de enero del 2007**

### **FICHA 1**

El tema de importancia que debería dar a conocer un medio de comunicación que respete la opinión pública, en esta jornada, a mi percepción, es que la ciudad de El Alto pide renuncia del prefecto de la ciudad de La Paz, pero el detalle es que las peticiones de un sector influye en decisiones de todo un universo, vale decir sólo son amenazas y peticiones de solo un 30 o talvez 40% de su población, que pueden proponer cambios en nuestro sistema democrático.

En este sentido la Red Unitel da a conocer una nota donde su lead (encabezado de noticia) dice lo siguiente: “cabildo contra Papelucho, le dan 48 horas, quieren nueva elección de prefecto”. El tema es otro, pero este medio usa una manera muy exagerada de darlas a conocer, dejando de lado la idea central de la protesta de ese sector, no podemos generalizar las palabras de unos cuantos dirigentes de la palabra de un colectivo que tiene derechos a hacer su protesta. En el otro sentido TVB, medio de comunicación estatal encuentra un enfoque similar al de Unitel, explicando simplemente los comentarios de un sector y no así la opinión de un colectivo. Declaraciones del Prefecto de La Paz inclina a este medio a tomar una óptica neutral, vale decir no se encuentra un servicio social con su tema informativo, y se desvía de qué de verdad la opinión publica debería pensar en este periodismo político.

### **FICHA 2**

En este conflicto o eje temático de acción encuentro varias tendencias en la elección de ese tema y no del que de verdad obtenga resultados de servicio social. El trabajo encuentra la agenda setting en el conflicto y la vigilia de coccaleros en Cochabamba. Entonces un tema como este buscará el porqué, demandas, peticiones y cosas que la sociedad entienda que son justas y si no las son caerán por su propio peso.

Red Unitel lo ve como: “Manfred ven, coccaleros sigan nomás, el gobierno llama otra vez a Manfred, no pide a los coccaleros que se vayan”, entendible desde un punto de vista de provocación y una provocación muy exagerada. Hallo un alto énfasis en que los

cocaleros son los que ocasionan el problema y no así tanto la ausencia del Prefecto de Cochabamba. Una nota muy negativa y de poco argumento periodístico donde el objetivo de buscar la verdad y el bien común de una sociedad receptora de mensajes.

Televisión Boliviana lo encabeza de esta manera: “Se intensifica la vigilia en torno a la prefectura de Cochabamba”. Neutral desde todo punto de vista, sin dar las recomendaciones necesarias de encontrar el tema fundamental para que la población cochabambina calme sus expectativas, ya que se nota una intranquilidad, disconformidad y miedo a lo que les pueda esperar en los siguientes días.

### **FICHA 3**

Lucha y divergencia por referéndum revocatorio, encontraremos un sin fin de opiniones acerca de la propuesta que hizo el gobierno pero ningún medio tomó a consideración la opinión del público.

Unitel: “Cochabamba huele a guerra, llegaron más cocaleros, piden la renuncia de Manfred”; a vísperas de lo ocurrido días atrás en la misma ciudad, este medio ya pronostica hechos que nadie en sano pensamiento desearía que vuelva a suceder. Negativo para la sociedad desde todo punto de vista, no ayuda a nada en encontrar una solución, ya que en muchas ocasiones una agenda setting puede facilitar al buen pensamiento de una sociedad y a la tranquilidad que busca.

TVB señala de este tema lo siguiente: “Anuncia nuevo mitin para este martes, ratifican pedido de renuncia de Reyes Villa, el MAS no pide renuncia de Reyes Villa”. Aspecto positivo ya que el gobierno respeta por sobre todas las cosas la democracia y se adhiere a la petición de un sector en contra de la democracia. El gobierno toma un papel muy importante en este tema por medio del noticiero, y lo convierte en un tema de interés colectivo, donde se muestra notas o repercusiones que dan tranquilidad a la sociedad para evitar conflictos, especifica el tema de realce y lo domina con aspectos muy importantes para un buen entender a la opinión pública para que este encuentre un rumbo coherente respecto a su opinión con las demás personas.

**CUADRO Nro. 2**

ANÁLISIS DE LA AGENDA SETTING DEL CAMPO POLÍTICO PERIODÍSTICO		UNITEL						TVB		
Nro	Fecha/hora	AGENDA SETTING		Positivo	Negativo	Neutro	Positivo	Negativo	Neutro	
Ficha	Edición									
4	Martes 16/01/2007	Declaraciones del Prefecto Paceño causa polémica en el gobierno.			X			X		
	TVB/Nocturna UNIT./Tarde			Pepelucho reitera que no renunciará. Dice que su salida perjudicará a Evo. Evo podría ser el siguiente en irse otros sectores lo podrían pedir.						
5	Martes 16/01/2007	Sectores sociales en cohabamba eligen un prefecto popular			X				X	
	TVB/Tarde UNIT./tarde			Mitin de esta tarde arroja importantes determinaciones, sobre el referendium revocatorio.						

FUENTE: ELABORACION PROPIA

## **CUADRO Nro. 2 / Martes 16 de enero del 2007**

### **FICHA 4**

Día diferente con contexto diferente respecto a una agenda setting de un pensar diferente a la de los medios. Encontramos como tema principal en esta ficha, las declaraciones del prefecto paceño donde causa polémica en el gobierno. Aspecto que debería ser el inicio para una investigación periodística que llegue a la esencia de la verdad para el conocimiento de todo el público.

Unitel encabeza que: “Pepelucho reitera que no renunciará, dice que su salida perjudicará a Evo, Evo podría ser el siguiente en irse, otros sectores lo podrían pedir”, palabras que rescata este medio como principales en vez de llamar a la conciencia de esos sectores en protesta, a que el diálogo prime por sobre todas las cosas para que se solucionen problemas y no sacar palabras de momento a diferentes autoridades. Negativo porque pone en riesgo la democracia que prima en nuestra sociedad.

Coincide con la perspectiva de TVB, ellos encuentran un factor negativo a las declaraciones del prefecto de La Paz y encaran esto a favor de los intereses del gobierno antes de encontrar una solución para calmar las masas que están en conflicto. Este noticiero centra su información en buscar repercusiones que vayan a favor del gobierno y no así información que den soluciones o una calma temporal para ambos mandos (gobierno y prefectura).

### **FICHA 5**

Los conflictos sociales hacen que la agenda setting siga un rumbo demasiado amplio pero a la vez que cada tema contenga diferentes temáticas de análisis y de interés para la sociedad. Sectores sociales en Cochabamba elige un prefecto popular. Tomo este

tema como importante porque va en contra de la democracia y la elección libre pero por mayoría, y no disponernos a peticiones que solo un sector puede exigir sin consulta con todo las demás personas.

Unitel y su información toma el acontecimiento como un tema negativo para la sociedad ya que no realiza una investigación adecuada averiguando el por qué de esta decisión de las masas y encontrar datos que ayuden a aclarar la situación de todo este hecho. En su titular simplemente escribe: “Crean una Prefectura popular, trabado el cabildo Masista”. Este medio caracterizado por el sensacionalismo y el provocar al gobierno denomina a los cocaleros como Masistas dando a conocer y asegurando que el tema es que los Masistas son los del problema y hay que ver mal a las personas que son de ese partido.

La televisión estatal TVB muestra un aspecto neutral, vale decir de no mucha importancia señalando: “Mitin de esta tarde arroja importantes determinaciones, sobre el referéndum revocatorio”. En el desglose explica la elección del prefecto popular pero no con el realce que deberían ya que esto no les perjudicaría, entonces da entender que las decisiones que tome el pueblo no los afecte. No le dan la cobertura necesaria, poniendo en riesgo temas de agenda setting que pueden encontrar la solución a varias demandas que en ese contexto se exigen.

**CUADRO Nro. 3**

ANALISIS DE LA AGENDA SETTING DEL CAMPO POLITICO PERIODISTICO		UNITEL				TVB		
Nro.	Fecha/hora Edicion	AGENDA SETTING	Positivo	Negativo	Neutro	Positivo	Negativo	Neutro
6	Miercoles 17/01/2007 TVB/Nocturno UNIT./Tarde	Ciudadanos Cochabambinos no conocen al nuevo prefecto	X			X		
			Desconocen al Prefecto popular, los cochabambinos no lo conocen					
7	Miercoles 17/01/2007 TVB/Tarde UNIT./Noctur.	El gobierno le pide al Prefecto que vuelva a Cochabamba, le otorgarán garantías		X		X		
			Le dan garantías a Manfred, se respetará a la autoridad legalmente constituída elegida. El MAS amenaza al prefecto, le dice que no provoque.					
8	Miercoles 17/01/2007 TVB/Noctur. UNIT./Noctur.	Lucha política por la Presidencia del Senado		X				X
			La oposición arma un Bloque: UN, MNR, Podemos, para la presidencia del Senado.					
			Gobierno no reconocerá a otro prefecto que no sea Manfred Reyes					
			Gobierno facilitará diálogo entre sector social y Prefecto de Cochabamba. Policia garantiza seguridad a Reyes Villa se respeta la autoridad legal.					
			En el Senado existen dos corrientes en Podemos.					

FUENTE: ELABORACION PROPIA

### **CUADRO Nro. 3 / Miércoles 17 de enero del 2007**

#### **FICHA 6**

Otra jornada de noticias y elección de temas de interés general, es por eso que la agenda debería considerar el proteger la democracia y la libre expresión y como todo sale a luz el tema que considero principal fue ese, al decir que los cochabambinos no conocen de nuevo prefecto, aspecto cierto y de mucha importancia para la opinión pública.

Unitel con su telé país titulariza este hecho como positivo para la sociedad definiéndolo de la siguiente manera: “Desconocen al Prefecto Popular, los cochabambinos no lo conocen”, nota de realce y muy bien recepcionada por el público, siguiendo algún interés quien sabe, el objetivo es dar paz a la ciudadanía con la información y lo pudieron conseguir.

TVB en protección también de la democracia difunde la información política adecuada para una agenda setting de ayuda social, señalando que: “Gobierno no reconocerá a otro prefecto que no sea Manfred Reyes”, ceder o no ceder, el asunto es que el pensar de la sociedad cochabambina esta en paz preservando una buena armonía en su departamento.

#### **FICHA 7**

El gobierno le pide al Prefecto que vuelva a Cochabamba, le otorgarán garantías de seguridad personal, tema del que pensar buscando el diálogo primeramente para que los ambientes caldeados se calmen. Información que con el transcurrir del tiempo va pasando como si nada, si se trata de preservar la paz coincido en que se debe pasar por alto pero si afecta intereses de la colectividad no es aconsejable.

La red Unitel en sus titulares explica: “Le dan Garantías a Manfred, se respetará a la autoridad legalmente constituida elegida. El MAS amenaza al prefecto, le dice que no provoque”. Totalmente negativo titular provocativo que no informa más bien desorienta a la sociedad a un modo de pensar correcto, como receptor uno busca informarse sobre

hechos que pueden afectar sus intereses no a esa guerra de palabras por personajes de poco poder político, voy a que por un lado esta bien al señalar que se respetara la democracia pero encuentran ese enganche para provocar nuevamente a las masas y al gobierno.

Bolivia informa a través de TVB pone a sus titulares: “Gobierno facilitará diálogo entre sector social y Prefecto de Cochabamba. Policía garantiza seguridad a Reyes Villa se respeta la autoridad legal”, contraria a la televisión privada en este aspecto la televisión pública busca la manera de solucionar el problema, claro protegiendo la democracia y su estabilidad de gobierno, se comen la provocación antes de que comience un nuevo problema y conflicto social, es por eso de la garantías y el acercamiento al dialogo antes de medidas de alto riesgo.

#### **FICHA 8**

Comienza una nueva disputa por el poder político y la toma de decisiones en el gobierno. Lucha política por la presidencia del Senado, tema que interesa a nuestra sociedad ya que este poder tiene la facultad de tomar decisiones que pueden afectarnos. Oposición y oficialismo que alguna vez fue todo lo contrario entra a dar problemas de decisiones y el ponerse de acuerdo entre ellos mismos.

Unitel encuentra el problema en: “La oposición arma un bloque: UN, MNR, Podemos, para la presidencia del Senado”, hecho totalmente negativo como incierto porque en la misma nota las declaraciones de los senadores no señalan nada de mega coalición, mas bien hablan sobre buscar postulantes para el cargo.

TVB con Bolivia informa dice: “En el Senado existen dos corrientes en podemos”, encuentro una posición algo neutral. Este informativo busca una estrategia mediática para contradecir a lo que ellos consideran como la oposición en este momento. Objetivo que sólo protege intereses políticos antes que intereses humano o social.

**CUADRO Nro. 4**

ANALISIS DE LA AGENDA SETTING DEL CAMPO POLITICO PERIODISTICO		UNITEL				TVB		
Nro.	Fecha/hora Edicion	AGENDA SETTING	Positivo	Negativo	Neutro	Positivo	Negativo	Neutro
9	Jueves 18/01/2007 TVB/Tarde UNIT./Tarde	El Alto pide la renuncia del Prefecto de La Paz		X			X	
			Ahora quieren tumbar a Pepelucho, quieren la renuncia del prefecto, amenazan con tomar la prefectura, quieren tomar bienes de Pepelucho					
10	Jueves 18/01/2007 TVB/Tarde UNIT./Tarde	El gobierno presenta ley de Referendum Revocatorio		X		X		
			Referendum para todos menos para mi Evo condiciona el referendum revocatorio de aplicacion del referendum Alvaro explica a Evo, si habria referendum revocatorio para todos mas votos los mas del 50%					
11	Jueves 18/01/2007 TVB/Tarde UNIT./Noctur.	Conferencia de prensa de cocaleros en cocahbamba		X			X	
			Los Cocaleros cambian de discurso, ahora dicen que no querian sacar a Manfred. Movimientos sociales iniciaran juicio de responsabilidades contra prefecto de Cochabamba					

FUENTE: ELABORACION PROPIA

## **CUADRO Nro. 4 / Jueves 18 de enero del 2007**

### **FICHA 9**

Otro día de análisis de la agenda setting nos muestra que temas que pasaron dos o tres días atrás ya no se comentan mas para intereses de uno pero para otros es una desatención muy importante. Ahora el tema es que El Alto pide la renuncia del Prefecto de La Paz, razones muchas y de importancia social colectiva. El Señor Prefecto con sus declaraciones y maniobras políticas no prioriza su trabajo como prefecto sino entra a la guerra mediática que le hacen ver como principal protagonista.

Unitel le da mucho énfasis a este tema: “ahora quieren tumbar a Pepelucho, quieren la renuncia del prefecto, amenazan con tomar la prefectura, quieren tomar bienes de Pepelucho”. Negativo para una sociedad que ha visto mucha sangre hace pocos días atrás, y con un mensaje muy provocador y mentiroso que no sirve de nada a nuestra sociedad. Por un lado eso, por el otro poner en riesgo a la familia y los bienes del personaje involucrado.

Se une a la guerra mediática y provocativa, es así que TVB señala: “Consejo municipal de El Alto acatará paro cívico del próximo lunes: Dicen que el prefecto deja sus funciones y hace política en función a la media luna”. Titular netamente negativo puesto que no guía una buena opinión a la sociedad, mas bien quiere conseguir que el pueblo se alarme y determine algo en contra de la democracia, hay intereses y guerra política en medio de todo esto que no forman un pensar correcto en la audiencia o público en general.

### **FICHA 10**

En el trabajo se identifica en este contexto como agenda setting a que: El gobierno presenta ley de Referéndum revocatorio, las investigaciones profundas, de donde obtendremos beneficios o desventajas para nuestra sociedad será encontrada por los periodistas en su investigación comunicacional.

Unitel sólo encuentra el defecto en las declaraciones del Presidente al referirse cómo será el mecanismo de este referéndum. “Referéndum para todos menos para mi, Evo condiciona el referéndum revocatorio, Álvaro explica a Evo, si habría referéndum para todos mas votos para los que obtuvieron mas del 50%”. Por donde encontremos lo propositito de esta nota no la encuentro, ya que no se profundiza la explicación de la ley que propone el presidente sino hacen notar las declaraciones del presidente hacia una dirección que no la es, es por eso que encuentran mas sana la explicación del vicepresidente antes que la del primer mandatario.

TVB, en este sentido, da la línea correcta de lo que de en verdad es el tema de importancia para la sociedad. “El gobierno explica las posibilidades de aplicación de referéndum revocatorio”, en el desglose de la nota difunde declaraciones tanto como de la oposición como el oficialismo y declaraciones correctas de la presidencia y vicepresidencia.

Muy importante para un público que necesita encontrar la esencia de esta agenda setting que elige Bolivia informa, el noticiero estatal.

## **FICHA 11**

Este día, como tema de importancia según los acontecimientos es: Conferencia de Prensa de cocaleros en Cochabamba, este hecho explica las verdaderas razones de sus movilizaciones, en son de encontrar el diálogo y de que vuelva la paz a esta ciudad.

Telé País busca algo sin importancia y de interés negativo para la audiencia, y en un tono demasiado provocativo señala en su temario: “Los cocaleros cambian de discurso, ahora dicen que no querían sacar a Manfred”. Es un mensaje encubierto al gobierno en un son de provocación y un sensacionalismo que no beneficia a ningún sector, es decir un servicio social sin resultados.

Bolivia Informa toma una óptica negativa, vale decir que su temario busca una provocación mas entre el prefecto de Cochabamba y los cocaleros: “Movimientos sociales iniciarán juicio de responsabilidades contra prefecto de Cochabamba”. El tema que debería considerar este medio que es estatal, del pueblo como lo caracterizan ellos, es de dar paz a sus pobladores y no iniciar rivalidades que no llegan a nada.

**CUADRO Nro. 5**

ANALISIS DE LA AGENDA SETTING DEL CAMPO POLITICO PERIODISTICO							
AGENDA SETTING							
UNITEL							
TVB							
Nro.	Fecha/hora Edicion	Positivo	Negativo	Neutro	Positivo	Negativo	Neutro
12	Viernes 19/01/2007 TVB/Nocturna UNIT./Tarde		X		X		
	El gobierno presentó la ley de referendum revocatorio	Presentan la ley de revocatoria, para Evo será con condiciones, quieren mas votos que con los que ganó.					
13	Viernes 19/01/2007 TVB/Tarde UNIT./Tarde		X				X
	Problemas en el congreso por ley de referendum revocatorio.	La ley de referendum revocatorio es una buena señal					
		La Ley de referendum revocatorio del mandato popular en manos del congreso.					
14	Viernes 19/01/2007 TVB/Nocturna UNIT./Noctur.		X		X		
	Negociaciones y reuniones decidiran la presidencia del Senado	El MAS y Podemos llegaron a un acuerdo para elegir directiva en el senado.					
		Pelea por la presidencia del senado. El MNR descarta apoyo al MAS en la camara alta. El MAS ofrece cargos en la directiva					

FUENTE: ELABORACION PROPIA

## **CUADRO Nro. 5 / Viernes 19 de enero del 2007**

### **FICHA 12**

Según esta jornada temas de agenda setting podemos categorizar como cierre de semana política periodística.

Una ley es presentada por el gobierno referente al referéndum revocatorio, pero lo que no se entiende muy bien es en que afectaría dicha ley a la ciudadanía.

Unitel presenta específicamente en el caso del presidente: “Presentan la ley de revocatoria, para Evo será con condiciones, quieren mas votos que con los que ganó. Como se nota es un lead negativo y de provocación al gobierno sin explicar la realidad del hecho o lo más importante para nosotros acerca de esta ley.

TVB en su tema de agenda setting ayuda mucho a aclarar el panorama de lo que significaría esta ley y qué condiciones implicaría su aplicación.

“La Ley del referéndum revocatorio es buena señal”, con esta presentación explica las condicionantes positivas que daría efecto esta ley, obvio que para algunos justo y para otros demasiado complicados.

### **FICHA 13**

Los problemas en el congreso por la ley de referéndum revocatorio, empiezan y eso es de importancia porque si no hay la coordinación adecuada entre ellos para su aplicación no serviría de nada el debate.

Negativo el punto de vista de Unitel porque da a conocer a su público solo declaraciones de la oposición y no de la contraparte.

“Ley de referéndum revocatorio, la oposición no apoyará el proyecto del gobierno”, complica este titular porque va dirigido a funcionarios del gobierno e inquieta a la ciudadanía porque puede iniciar una crisis política.

Es neutral la posición de TVB al mostrar sólo superficialmente el problema y no desglosar con una explicación adecuada.

“Le ley de referéndum revocatorio del mandato popular en manos del congreso”, no explica las causas las razones y lo principal no da una buena información a sus televidentes.

#### **FICHA 14**

Esta edición nocturna nos muestra que negociaciones y reuniones decidirán la presidencia del Senado, el no ponerse de acuerdo en el Senado da señales de mucha rivalidad entre partidos políticos, donde el periodismo político aprovecha esto para hacer noticia donde no lo hay.

Telé País cierra su edición con un titular: “Pelea por la presidencia del Senado, el MNR descarta apoyo al MAS en la cámara alta. El MAS ofrece cargos en la directiva”, nuevamente negativa por la provocación al gobierno y no encontrando la esencia de la noticia.

Bolivia Informa señala: “El MAS y Podemos llegaron a un acuerdo para elegir la directiva en el Senado”, desde ese punto de vista positivo porque da calma a sus espectadores en este caso nosotros como ciudadanos, pero inconsistente, irresponsable, porque la noticia no fue constatada ni cerrada con declaraciones de ambos lados, cuyo propósito era el de unir oposición y oficialismo.

**CUADRO Nro. 6**

ANÁLISIS DE LA AGENDA SETTING DEL CAMPO POLÍTICO PERIODÍSTICO		UNITELEVISION						
Nro. Ficha	Fecha/hora Edición	AGENDA SETTING			TVB			
		Positivo	Negativo	Neutro	Positivo	Negativo	Neutro	
15	Lunes 22/01/2007 TVB/Nocturno UNIT./Tarde	El gobierno celebra un año de gestión, informe al congreso.			X	X		El Presidente de la República brindó el informe de gestión ante el congreso nacional, en la oportunidad destacó el trabajo realizado durante su gobierno.
16	Lunes 22/01/2007 TVB/Nocturno UNIT./Tarde	En la tarde se reunió con sus seguidores en la Plaza de los héroes con una gran ceremonia.			X			Celebración popular en la Plaza de los Héroes, por el año de gobierno.
17	Lunes 22/01/2007 TVB/Nocturno UNIT./Noctur.	Continúan por la disputa de quién preside en el Senado.				X		Detrás de la presidencia del Senado está la modificación de leyes como el de tierras y de los hidrocarburos.

FUENTE: ELABORACION PROPIA

## **CUADRO Nro. 6 / Lunes 22 de enero del 2007**

### **FICHA 15**

Una nueva semana inicia y la agenda setting cambia en vario detalles. El gobierno celebra un año de gestión, informe al congreso, el proceso de cambio que propone el gobierno se tiene que convertir en tema de interés general y resaltar dichos cambios.

Unitel no destaca nada de estos cambios más aún busca las cosas malas mas que las cosas buenas: “Evo, un año de luces y sombras, Evo cumple un año en el poder, lo mejor y lo peor del presidente. Encontramos sólo una guerra al mismo presidente como personaje y no así las del mismo gobierno, Señala más las sombras.

Como acierto y favoritismo, TVB pone en sus titulares: “El Presidente de la República brindó el informe de gestión ante el congreso nacional. En la oportunidad, destacó el trabajo realizado durante su gobierno”, es bueno saber que hubo cambios y así pensar en otros temas que pueden venir y ser de trabajo futuro para el gobierno.

### **FICHA 16**

La agenda setting se centra en el siguiente tema: En la tarde se reunió con sus seguidores en la plaza de los héroes con una gran ceremonia. Sólo el tema se centra en este acontecimiento.

“Esta tarde informará a los masistas, informa ante los masistas, la oposición abandonó el hemiciclo”, negativo porque marea con sus lead al espectador y no da una noticia propositiva sino mas bien de confusión y poco clara para encontrar el camino correcto.

“Celebración popular en la plaza de los Héroes por el año de gobierno” posición neutral de TVB porque no informa hechos aislados sino realiza una descripción de lo acontecido en esta celebración, pero si pone énfasis en las declaraciones del presidente con sus logros.

## **FICHA 17**

Vuelve el tema a la opinión pública pero sin soluciones o acercamientos de acuerdos, continúan por la disputa de quien preside el Senado, tema netamente político que pone de conocimiento pero los medios no explican el problema real de esto no buscan la verdadera disputa de esta presidencia.

Unitel denomina a esto como: “El Senado sin presidente, no logran elegir una directiva, no hay acuerdo entre opositores y oficialistas”, posición neutral de este medio porque indica algunas aristas que a ellos como medio no les convienen. El por qué de su cambio, lo encontramos en problemas de redes políticas mucho mas complejas de entender.

TVB pone en sus titulares: “Detrás de la presidencia del Senado está la modificación de leyes como el de tierras y de los hidrocarburos”. Este texto pone como tema de agenda setting algo muy delicado, da entender que detrás de esta elección pueden haber cambios drásticos y ocasionar reacciones de algunos sectores que el gobierno no podría evitar, son justamente los sectores que pueden elevar sus demandas nuevamente dando intranquilidad a la sociedad.

**CUADRO Nro. 7**

ANÁLISIS DE LA AGENDA SETTING DEL CAMPO POLÍTICO PERIODÍSTICO		UNITEL				TVB		
Nro.	Fecha/hora Edición	AGENDA SETTING	Positivo	Negativo	Neutro	Positivo	Negativo	Neutro
18	Martes 23/01/2007 TVB/Nocturno UNIT./Tarde	El gobierno designa a nuevas autoridades como coordinador entre gobierno y org. Sociales			X	X		
			Una coordinadora para defender a Evo La hizo con Organizaciones sindicales quieren defender al gobierno.					
19	Martes 23/01/2007 TVB/Nocturno UNIT./Tarde	Reuniones entre integrantes del MAS y ETA.		X				X
			Otro masista que se reunió con Batasuna es la organización que sustenta a ETA y Novillo, dice que no hizo nada ilegal.					
20	Martes 23/01/2007 TVB/Tarde UNIT./Noctur.	Dichos y entre dichos para decidir quien presidirá el senado.			X			X
			MAS y Podemos estuvieron a punto de firmar acuerdo que permita que el MAS mantenga la Presidencia del Senado.					

FUENTE: ELABORACION PROPIA

## **CUADRO Nro. 7 / Martes 23 de enero del 2007**

### **FICHA 18**

El gobierno designa a nueva autoridad como coordinador entre gobierno y organizaciones sociales, el pequeño detalle de este tema es que no se sabe como fue elegido y si cuenta con el apoyo de la sociedad.

Unitel caracteriza este hecho como: “Una coordinadora para defender a Evo, la hizo con Organizaciones sindicales quieren defender al gobierno”, encuentra el punto de discusión pero negativa para el gobierno porque no da una luz clara de esta información. Solo se dispone a dar la noticia sin esperar un efecto de acuerdo al objetivo de un periodista.

El departamento de prensa de canal 7 TVB designa este tema como: “Coordinador Nacional busca la unidad entre sectores sociales”. Si uno ve este titular da una calma total porque habría más diálogo y acercamiento al gobierno de parte de las demandas sociales, entonces se convierte en una temática muy positiva.

### **FICHA 19**

En la agenda setting solo un encabezado como: Reuniones entre integrantes del MAS y ETA.

Aspecto de duda si sólo enseñamos esto pero dejamos la impresión de que no está pasando nada malo que preocupe a la sociedad civil y se lleve a que saquen conclusiones erradas.

Unitel encuentra la aguja en el pajar y pone como titular: “Otro masista que se reunió con Batasuna, es la organización que sustenta a ETA y novillo dice que no hizo nada ilegal”.

Negativo para la sociedad y encuentra el lado negativo sin hacer la investigación correspondiente y llegar al fondo del asunto simplemente da especulaciones.

TVB simplemente se desliga y asegura que a nombre del gobierno: “El MAS descarta vínculo con ETA”.

Tranquilidad para la sociedad sí, porque el medio del gobierno asegura algo que inquieta a la sociedad, positivo también porque da a conocer los asuntos que integrantes del más realizaban con ETA.

## **FICHA 20**

“Dichos y entre dichos para decidir quién presidirá el Senado”, es el tema que se sigue en esta jornada al no encontrar consenso entre diferentes corrientes políticas.

Unitel, en un sentido neutral denominó a esto como: “quieren cambiar el reglamento del Senado, quieren sacar a UN del medio, para que sólo voten por Podemos y el MAS”. Con intereses políticos de por medio Unitel se pone al medio y no da una noticia o tema para ayudar a esta decisión.

TVB señala: “MAS y Podemos estuvieron a punto de firmar acuerdo que permita que el MAS mantenga la presidencia del Senado”, como canal estatal encuentran una solución a su modo de ver pero que es neutral para la sociedad porque la presidencia del Senado tendría que ser elegido democráticamente y si fuera así es porque cada senador conoce por quién dará su voto y, entonces, este hombre sería uno de mucha confianza.

**CUADRO Nro. 8**

ANÁLISIS DE LA AGENDA SETTING DEL CAMPO POLÍTICO PERIODÍSTICO		UNITEL				TVB		
Nro.	Fecha/hora Edición	AGENDA SETTING	Positivo	Negativo	Neutro	Positivo	Negativo	Neutro
21	Miércoles 24/01/2007 TVB/Nocturno UNIT./Noctur.	El Senado formó su directiva a la cabeza senador de UN			X		X	
		El Senado ya tiene presidente, José Villavicencio	Podemos defender su apoyo a Unidad Nacional, en el Senado.					
22	Miércoles 24/01/2007 TVB/Tarde UNIT./Noctur.	El Senado formó su directiva a la cabeza senador de UN			X		X	
		Fue elegido hoy, es el único senador de UN, la oposición dirige al Senado	Morales advierte que los neoliberales se unieron en el Senado.					
23	Miércoles 24/01/2007 TVB/Tarde UNIT./Tarde	El presidente Evo Morales y sus ministros ya tuvieron su primera reunión			X			X
		El gobierno abre una nueva etapa.	Podría haber referéndum para aprobar artículos que no alcancen dos tercios.					

FUENTE: ELABORACION PROPIA

## **CUADRO Nro. 8 / Miércoles 24 de enero del 2007**

### **FICHA 21**

Nuevo día, nuevos temas de discusión que deben ser tomados en cuenta. Por ejemplo: En el Senado se formó la directiva a la cabeza de un senador de UN. Punto final a un tema que causó mucha polémica.

Unitel neutro en este sentido, porque en sus titulares sólo menciona: “El senado ya tiene presidente, José Villavicencio”, no dice mucho ni poco sólo se limitan a dar la información.

TVB señala en sus titulares que: “Podemos defiende su apoyo a Unidad Nacional en el Senado”, relacionado con el tema encuentra un problema en la elección del Presidente, negativo para la sociedad porque son conocidos como partidos neoliberales y si su unión se manifiesta podría ser peligroso para los intereses de la sociedad.

### **FICHA 22**

El Senado formo su directiva a la cabeza de senador de UN, el tema continúa con otros conflictos de interés colectivo ya que ellos deciden muchas leyes y decretos para la sociedad.

Unitel, en un punto de vista neutral sólo se dedica a poner al tanto a la sociedad con un titular como: “Fue elegido hoy, es el único senador de UN la oposición dirige el Senado”, afecta mucho no porque la sociedad encuentra a este senador como alguien que esta manejado con dos cabezas.

TVB muestra la disconformidad del gobierno, ya que se ha caracterizado como un gobierno totalitario en algunos aspectos, y nos muestran un lado negativo de este tema para la sociedad señalando: “Morales advierte que los neoliberales se unieron en el Senado”.

### **FICHA 23**

Trabajo inmediato de nuevo gabinete gubernamental. “El presidente Evo Morales y sus ministros ya tuvieron su primera reunión”. De interés total ya que en estos hombres está el destino de cada boliviano.

Tema importante que Unitel lo ve como neutral. “Se estrenó el gabinete de Evo, sesionaron por primera vez, el gobierno abre una nueva etapa”, falta de respeto al primer mandatario al solo llamarlo “Evo”, e incertidumbre al denominar que se abre una nueva etapa.

TVB muestra avances de la reunión: “Podría haber referéndum para aprobar artículos que no alcancen dos tercios”.

**CUADRO Nro. 9**

ANÁLISIS DE LA AGENDA SETTING DEL CAMPO POLÍTICO PERIODÍSTICO		UNITEL				T V B		
Nro.	Fecha/hora Edición	AGENDA SETTING	Positivo	Negativo	Neutro	Positivo	Negativo	Neutro
24	Jueves 25/01/2007 TVB/Tarde UNIT./Tarde	El presidente propone nuevo reglamento para la asamblea constituyente.		X		X		
25	Jueves 25/01/2007 TVB/Tarde UNIT./Tarde	El presidente designa nuevas funciones a exministros.		X				X
26	Jueves 25/01/2007 TVB/Nocturno UNIT./Tarde	Desfile de Ponchos Rojos con armas alarma causa polémica.		X		X		
27	Jueves 25/01/2007 TVB/Tarde UNIT./Noctur.	Alcalde de Caquiavirí detenido por malversación de fondos	Un masista a la cárcel, encierran a Alcalde de Caquiavirí por obras fantasmas en los pueblos fantasmas			X		
			Le creen a medias a Evo, Podemos revisará a fondo su propuesta.					Podemos apoya propuesta de Evo Morales para asamblea constituyente.
			Premio a los ex-ministros, Evo les da nuevos cargos.					Nuevas funciones: El presidente presento de forma oficial los cargos que desempeñarán los ex-ministros.
			Niegan que tengan armas, habla el Alcalde de Achacachi dice que sus armas no funcionan.					Alcalde de Achacachi: no existen grupos armados irregulares en provincia Omasuyos
								Alcalde Caquiavirí a la cárcel, por malversación de dos millones de dolares gobierno mano dura con los corruptos

FUENTE: ELABORACION PROPIA

## **CUADRO Nro. 9 / Jueves 25 de enero del 2007**

### **FICHA 24**

Día de mucha noticia y temas de elección. Una agenda muy importante fue que el Presidente propone nuevo reglamento para la Asamblea Constituyente, tema que trajo mucha tela que cortar.

Telé País dice: “Le creen a medias a Evo, Podemos revisará a fondo su propuesta”. Nuevamente Unitel contra el gobierno y a favor de la oposición, un aspecto negativo porque no encuentra los argumentos necesarios para informar correctamente a la sociedad o a su público televidente.

TVB señala: “Podemos apoya propuesta de Evo Morales para asamblea constituyente”. Visto desde ese punto de vista es positivo porque donde hay acuerdo de rivalidades es decir que puede ser un aporte importante para nuestro país, claro que el margen temático importante.

### **FICHA 25**

El presidente designa nuevas funciones a ex ministros, tema que tiene su relevancia siempre y cuando se explique específicamente qué funciones tomarán estas personas en beneficio de nuestra sociedad.

Unitel ve este aspecto como negativo diciendo: “Premio a los ex ministros, Evo les da nuevos cargos”. Señala premio y no así el tema que de verdad y si es importante las funciones y los aportes que pueden realizar estas personas.

TVB: “Nuevas funciones: El presidente presentó de forma oficial, los cargos que desempeñarán los ex ministros”.

Lo ven como algo normal, como algo neutral y sin importancia es un tema netamente superficial, es decir un tema que no encuentra muchos problemas pero a la vez demasiado incompleto.

## **FICHA 26**

Desfile de ponchos rojos con armas alarma causa polémica, esto ocurrió en Achacachi el tema que causa polémica es por un problema regionalista, más que político, pero los medios enfatizan hechos más allá de lo real.

Unitel encuentra varias cuestionantes de este desfile como por ejemplo: “Niegan que tengan armas, habla el Alcalde de Achacachi, dice que sus armas no funcionan”.

Polémico y muy negativo para la sociedad ya que esto muestra a estas personas como terroristas, que cualquier momento podrían atacar nuestra sociedad.

TVB, en su tema de elección de agenda setting buscan un argumento positivo para la sociedad y tranquilidad: “Alcalde de Achacachi: no existen grupos armados irregulares en provincia Omasuyos”.

Buscar la paz es lo que debería primar en estos temas.

## **FICHA 27**

Buscar la verdad y la ética profesional es tema importante y de una buena agenda setting. “Alcalde de Caquiaviri detenido por malversación de fondos” estos temas dan tranquilidad y si se los investiga con detenimiento buscando la verdad puede ser de gran ayuda para la sociedad, ya que influenciaría a muchas autoridades a no cometer corrupción.

Unitel informa de esto negativamente, dándole un realce político antes que una importancia social.

“Un Masista a la cárcel, encierran a Alcalde de Caquiaviri por obras fantasmas en los pueblos fantasmas”.

TVB pone en alerta a las autoridades que pertenecen al partido MAS poniendo el ejemplo de esta autoridad y su castigo, positivo para la sociedad porque como ocurría en años pasados las autoridades eran corruptos al igual que sus empleados o autoridades superiores, Bolivia informa señala: “Alcalde de Caquiaviri a la cárcel, por malversación de dos millones de dólares, gobierno pondrá mano dura con los corruptos”.

**CUADRO Nro. 10**

ANALISIS DE LA AGENDA SETTING DEL CAMPO POLITICO PERIODISTICO		UNITEL				TVB		
Nro.	Fecha/hora Edicion	AGENDA SETTING	Positivo	Negativo	Neutro	Positivo	Negativo	Neutro
28	Viernes 26/01/2007 TVB/ UNIT./	Renunció el presidente de YPFB		X				X
			¿Le tendieron la cama a Ortiz? Dice que tuvo problemas con varios, quisieron imponerle condiciones					
29	Viernes 26/01/2007 TVB/ UNIT./	Cambio de presidente del Senado conlleva cambios en esta cámara			X		X	X
			Echarán funcionarios del senado, 150 masistas serán despedidos					
30	Viernes 26/01/2007 TVB/ UNIT./	El gobierno muestra acercamiento con diferentes organizacionales.		X		X		
			"No se nada de Ponchos Rojos" El vice habla de los ponchos rojos. Niega relacion con el gobierno.					
			Organizaciones sociales amenazan al Senado					
			Presidente renuncia de YPFB, adjundando divergencia con autorid. de gobierno, pero todavia no se presentó un informe final.					
			El MAS selló pacto de unidad con organizaciones sociales.					

FUENTE: ELABORACION PROPIA

## **CUADRO Nro. 10 / Viernes 26 de enero del 2007**

### **FICHA 28**

Un tema polémico de mucha importancia fue la renuncia nuevamente del presidente de YPF, una responsabilidad muy importante en esta etapa política que pasa el país.

Unitel en sus titulares del día pone: “¿Le tendieron la cama a Ortiz? Dice que tuvo problemas con varios, quisieron imponerle condiciones.

Una nota negativa porque como público me da a entender que las autoridades de alto rango son elegidas por intereses políticos y no así institucionalmente.

El por qué de la renuncia, tampoco ningún medio buscó la verdad o el tema de interés general.

TVB explica con mayor serenidad este tema. “Presidente renuncia de YPF, adjuntando divergencia con autoridad de gobierno, pero todavía no se presentó un informe final”.

Aspecto neutral sin mucho contenido de esta información talvez dejando de lado esta temática y buscar otro tema que ellos consideren su conveniencia.

### **FICHA 29**

Un tema de insistencia en los medios fue el cambio del presidente del Senado y qué efectos traería esta nueva elección, para algunos políticos era asuntos muy graves los que conlleva este cambio en si no se mantuvo una información verás de este tema.

Unitel con su tendencia política de oposición, consideró este tema neutral y busca una problema de estructura administrativa: “Echarán funcionarios del Senado, 150 masistas serán despedidos”, queriendo causar un sentido de miedo a integrantes del MAS en el gobierno enseña esa nota que no tiene los contenidos necesarios.

TVB, busca otro en defensa de lo advertido por la oposición: “Organizaciones sociales amenazan al Senado”, tejiendo esta relación de trabajos en el senado el medio estatal busca cuestiones de mayor importancia, en una guerra que se convierte algo negativo para la sociedad.

### **FICHA 30**

Tema de mucha polémica es cuando el presidente se ve con marchas de triunfo y demostrando victoria. El gobierno muestra acercamiento con diferentes organizaciones, este tema trajo a luz otros temas que los medios solo escogieron los que podrían traer rating y no así temas de preocupación que pueden solucionar.

El informativo de Unitel busca una persona que de justificación acerca de los ponchos rojos y su relación con el gobierno. “No se nada de Ponchos Rojos” El Vice habla de los ponchos rojos, niega relación con el gobierno”. Da a entender un tema negativo para la sociedad porque tanto el gobierno como los medios no explican el verdadero objetivo de estos grupos, sólo cuestionan a unos cuantos pero no dan una verdad o tema que sea de beneficio.

El canal estatal, Televisión Boliviana nos da otra cara de noticias y mas bien da pautas de algo positivo, señalando a sectores que buscan diálogo antes de entrar a tomar medidas que puedan perjudicar la tranquilidad de la ciudad de La Paz, es por eso que señalan: “El MAS selló pacto de unidad con organizaciones sociales”.

# Capítulo VI

CONCLUSIONES  
Y RECOMENDACIONES

sociedad y que ellos son los guías de los receptores que eligen ver la información que consideran.

Las consecuencias de una mala elección de Agenda Setting causan susceptibilidad e incertidumbre en la mayor parte de la población que no se dan cuenta los intereses que hay detrás de los medios de comunicación en el proceso de la elaboración de la información pública.

E ahí que la mayoría aceptan ser víctimas de la intervención en sus fuentes en las órdenes de cobertura; esto nos explica que el medio y su ideología tiene su precio en el trabajo serio y responsable que los comunicadores tiene que cumplir, y que no lo consiguen por presión e interés político – económicos

Un número considerable de entrevistados aceptan ser víctimas de la censura y la autocensura de la información, ya que ellos no se sienten libres de expresar la verdad absoluta de los acontecimientos, porque si lo hicieran así podrían perder sus fuentes de trabajo, por ende su ingreso económico.

Los medios creen en ese sentido que el principal atentado para la creación de una Agenda Setting propositiva y de aporte a una buena opinión pública, es la falta de capacitación ética a los periodistas y de imponer una conciencia de servicio social, antes del interés económico.

La concentración mediática lleva muchas veces al sensacionalismo por la competencia del mercado en el ámbito de los medios de comunicación.

Esta competencia, los lleva a emitir imágenes o noticias muy alarmadoras que no tienen la importancia suficiente para ser noticia, la razón es tener un rating alto pero no toman en cuenta las consecuencias que podrían causar.

Hay que entender la construcción de la Agenda Setting desde un punto de vista propositiva que lleve a la formulación de una opinión pública positiva, de soluciones no de problemas.

Las noticias de cobertura diaria dentro de la Agenda tienen que tener un aporte positivo con soluciones que tenga un impacto de opinión pública con un contenido verdadero y no herrado.

Crear una opinión pública real y positiva con aportes importantes a la ciudadanía será el diseño perfecto que de solución para tener un criterio de pensamiento libre con dirección hacia una participación democrática en las propuestas de poder político - económico de nuestro país.

Partiendo de la relación entre los elementos que hacen a esta investigación, se ha podido determinar que la elaboración de la Agenda Setting del campo político periodístico contiene un sin fin de intereses políticos que tienden a manipular el “de qué pensar” en la opinión pública, ya que sus temas de agenda siguen intereses políticos muy poderosos.

Efectivamente, el estudio que realizamos de la Agenda Setting en estos medios informativos, ya sea estatal o privada, muestran la misma realidad política – periodística pero con diferentes ópticas y tratamientos informativos, puesto que siguen intereses de cada sector. Podríamos denominar como: Unitel (Privado – Oposición); TVB (Estatal – Oficialismo).

En el seguimiento del noticiero central, meridiano y nocturno, de estos medios informativos, develamos que cada día aparece o crean una noticia que contenga un mínimo de interés a su favor para convertirla de esto en algo muy insignificante o caso contrario en algo muy significativo para la sociedad.

Del campo político periodístico debemos explicar que en el transcurso de la investigación tuvimos un contacto directo con muchos de estos periodistas que frecuentan el sector político, vale decir por inmediateces de la plaza murillo.

En este contexto observamos de manera directa que muchos de ellos ya tienen una agenda definida o una hoja de preguntas ya elaboradas para obtener información y en otros

casos son periodistas jóvenes que se dejan influenciar por lo escandaloso y sensacionalista de otros periodistas con mayor antigüedad y siguen el mismo argumento de estos.

En las unidades de análisis que realizamos con la muestra del monitoreo de los informativos de cada medio podemos concluir en diferentes casos que: El Canal estatal, “Televisión Boliviana”, selecciona su estructura de agenda setting en beneficio del gobierno de turno; vale decir es un participante del oficialismo en el accionar de todos los días de actividades que realiza el presidente Evo Morales.

En su Agenda Setting, un 90% son noticias políticas dejando de lado a las demás categorías de importancia social.

El canal privado “Unitel”, selecciona su estructura de agenda setting en la línea ideológica de la oposición, vale decir actividades de partidos que pertenecen a esta corriente, pero en muchas ocasiones le buscan el escándalo a cada tema o actividad del oficialismo.

Errores que pueden cometer funcionarios del gobierno o en el peor de los casos el primer mandatario, en muchas ocasiones suelen enfriar las noticias importantes con temas que no tiene el mínimo de importancia para la sociedad.

En su Agenda Setting un 50% son temas de política, otorgando en muchas ocasiones, realce a temas de sensacionalismo (violaciones, asesinatos, asaltos, etc.).

En la experiencia laboral de algunos compañeros periodistas que desempeñan sus funciones en estos medios, me comentaron que el poder ideológico del medio los obliga a escoger una agenda de interés político, esto nos permite concluir que la libre función del periodismo se ve limitado a causa de estos intereses políticos, principal razón por que la estructura selectiva de temas de interés público se convierte en una guía esencialmente política.

**Realizar sondeos para conocer las percepciones de los periodistas del área política, sobre la elección de las temáticas e identificar sus propuestas de Agenda Setting y el porque.**

En la investigación realizada podemos concluir que como resultado del sondeo realizado a todos los componentes en la elaboración de la Agenda Setting, que todos los medios de información, tienen su fundamento ideológico del por qué de la elección del tema en su estructura periodística..

Varios de los entrevistados confesaron ser presionados por intereses políticos e ideológicos de sus superiores o de los propietarios de los medios, en algunos casos por influencia de la publicidad, de contratos realizados de fuertes cantidades económicas para la elaboración de un tema y su desglose informativo.

El porcentaje mayor de entrevistados que obtuvimos fue de periodistas, los cuales en muchas ocasiones crean la noticia por presión en su trabajo y el número de notas que deben entregar al día, descuidando la verdadera magnitud del problema y las consecuencias que puede traer consigo.

Entender cada periodista con su pensamiento de noticia y lo noticiable es confuso en muchas ocasiones, ya que en el cuestionario realizado había en algunas preguntas varias opciones que en muchos casos se podía contestar dos o tres o tal vez más, puesto que estos son principios de cada periodista en servicio de la sociedad, pero lo que obtuve fue respuestas muy limitadas y de reporteros de gran trayectoria periodística.

Es ahí que rescatamos que varios periodistas empíricos cumplen una función muy mecánica sin tener la sensibilidad y la inteligencia para un trabajo de verdadero servicio social.

**Determinar las características, examinando la agenda de la edición central de los noticieros de canal 7 y canal 2, en comparación con la agenda pública ciudadana determinada por el sondeo.**

En las tablas realizadas, del monitoreo de dos semanas de ambos medios de información, concluyo que utilizan la Agenda Setting a beneficio de sus intereses políticos.

En muchos casos es una contradicción tremenda que confunde al receptor poniendo en duda del verdadero hecho.

En el caso de Televisión Boliviana se caracteriza por presentar todas las actividades del presidente Evo Morales y el oficialismo y rescatar declaraciones de la oposición en beneficio del gobierno, diga lo que diga es tema de interés que vuelven en noticia.

En el otro caso Unitel se caracteriza por presentar notas en perjuicio del primer mandatario de la republica, Evo Morales y sus seguidores de partido.

En este sentido el oficialismo, actividades o declaraciones mal interpretadas por el periodista es producto de sensacionalismo y escándalo en el noticiero, parte del principio del sensacionalismo.

**Determinar las características en un estudio de análisis de contenido para la muestra de la selección de la información y del Establecimiento de la Agenda, emitido en la edición central de noticias de ambos medios.**

El monitoreo es fundamental en el sentido que uno se pone en el lugar del receptor o la audiencia, difícil tarea porque cada público tiene un criterio diferente pero se puede coincidir en varios conceptos.

Con este trabajo de seguimiento del contenido para la muestra de la selección de información y del Establecimiento de la Agenda, concluimos que la tarea de elaborar el orden del día en el aspecto noticioso parte de intereses y un parcialismo casi total en

beneficio de algunos sectores dejando al medio a los públicos neutrales o sin ninguna tendencia política.

Esto confunde a la audiencia puesto que cada persona puede sacar una conclusión diferente de qué tema es más importante que otro.

El contenido es selectivo “Telé País” tiene un magazine de temas pero un 50% a 60% son temas políticos y con tiempo reducido a lo mucho 2 o 3 minuto por notas.

“Bolivia Informa” contiene temas netamente políticos. Hay en muchas ocasiones temas de seguridad ciudadana pero ellos le dan una óptica mas política a sus notas periodísticas. Sus notas políticas duran aproximadamente 3 a 5 minutos, dependiendo las declaraciones del entrevistado.

**Conocer el tipo de control que ejercen ambos medios, el cual será objeto de estudio sobre la opinión pública.**

El tipo de control que ejercen es periodístico político, vale decir de influencia del tema (Agenda Setting) a cubrir en una jornada normal, puesto que la información agendada en este sector siempre tiene una tendencia diferente en cada medio, en ocasiones muy raras estos dos medios coinciden en alguna noticia esto se debe porque ambos parten de ideologías políticas económicas muy diferentes.

El noticiero del medio estatal, siempre Agenda temas de defensa al gobierno de turno ya que depende de los recursos económicos de este. El canal privado depende de un empresario de descendencia cruceña y como el gobierno tiene diferencias muy fuertes con este sector denominado “media luna”, lo único que hace es atacar al gobierno agendando temas que dañen la imagen del mismo.

**Realizar el seguimiento de temas informativos en el ámbito político, en emisiones por los medios informativos en etapas diferentes: para el surgimiento, el desarrollo y la desaparición de un tema polémico de opinión pública.**

En el seguimiento realizado de los temas noticiosos de cada Agenda Setting se puede concluir que cada medio calla lo que le conviene o en muchos casos edita lo que más les conviene y no así mostrando la esencia de cada tema a cubrir.

Cada medio obedece sus intereses y muestra la noticia como mejor lo entiendan ellos, pero sin darse cuenta o tal vez si lo hacen, de que están dañando la credibilidad de la gente y alterando los nervios de cada público o en otro sentido formulando malos criterios en la opinión pública.

En el caso de Unitel y su noticiero Telé País, es especial puesto que este medio usa tecnología o medios sonoros y visuales muy avanzados y de impacto.

Este manejo visual es muy importante para volver el tema importante con ese toque de sensacionalismo que compone un encabezado con colores encendidos, una música de suspenso, etc.; mueve al público y captura la atención de los receptores.

Canal 7, TVB, en Bolivia Informa, no tiene los recursos técnico de estos medios, para hacer más impactantes sus notas, sólo presentar las declaraciones con un toque no muy sensacionalista, pero si con diálogos más extensos.

Sin embargo estos detalles técnicos quedan expuestos a ser tomados en cuenta por jóvenes adolescentes que no tienen criterio formado, llevando por consiguiente a una opinión tal vez errada de la verdad absoluta de esa noticia o tema que en verdad es de interés de toda la opinión pública.

## 6. 2. Recomendaciones

Conocemos de la Agenda Setting por su elaboración, selección, jerarquización temática y su presencia en la prensa; sin embargo, sus aplicaciones abarcan más y deben ser reconocidas por el comunicador social, más aún por aquellos interesados en desarrollar nuevas formas de comunicar a través de su establecimiento.

Considerando que vivimos en un país donde los hábitos de utilizar los medios informativos audiovisuales es el máximo, debido al poco hábito a la lectura de la ciudadanía, además de los altos índices de crecimiento de expansión de la televisión a zonas rurales, para la aclaración:

La agenda setting debe ser considerada como un elemento comunicacional de gran valor, pero no por ello debe limitarse sólo para un sector que tiene la facilidad de estar informado por este medio, sino tener el cuidado especial de qué podemos hacer para que la agenda setting no sea un manejo político comunicacional sino un facilitador de entender la realidad de los hechos y entablar una buena opinión a el público.

Evidentemente, muchas otras utilidades de la agenda setting son posibles y al igual que la comunicación, la educación y la investigación de la ciencia en general pueden beneficiarse de esta forma de presentación del conocimiento, vale decir una buena agenda setting puede ser un facilitador a alcanzar la calma de una sociedad desesperada por solucionar sus problemas y sus demandas, esto claro sin alejarse de la realidad y lo que es el servicio social.

Por su elaboración la agenda setting, es un excelente recurso para hacer que los medios televisivos obtengan un rating considerable ya que mas selecto el tema de cobertura, más interesante para el público.

Esta es una razón por demás suficiente para que los informativos televisivos paceños elaboren con mayor cuidado su agenda setting o su “menú” de coberturas sea más ágil y veraz, y su elaboración esté realizada bajo el asesoramiento de profesionales que

## CAPITULO VI

# CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6.1. Conclusiones

La principal conclusión permite constatar con datos y porcentajes reales, que los comunicadores aceptan ser instrumento de crear una Agenda Setting por presión de la ideología de su medio en el cual desempeñan sus funciones.

Esto nos lleva a creer que el propietario del medio influye mucho, por no decir totalmente, en la estructuración de la agenda de cobertura periodística diaria en el acontecer noticioso. Este hecho crea una opinión pública errada donde atrás de esto existen intereses políticos y económicos.

Una prueba clara lo constituyen los periodistas de TVB, que la opinión en un 60 por ciento aceptó que la agenda setting es influenciada por la ideología del medio, versión sostenida con datos obtenidos en el sondeo de opinión realizado.

Por el otro lado los periodistas del departamento de prensa de Unitel aceptaron también lo mismo, pero en un porcentaje del 40% de los entrevistados.

En la determinación de la Agenda Setting que realizan todos los días los encargados del proceso de la información, no se dan cuenta que propone un designio con efectos que tiene un impacto en la opinión pública.

Es por eso que varios entrevistados no pudieron responder la pregunta realizada, porque no saben o no se dan cuenta que ellos formulan y crean opinión pública en la

manejen un flujo de información que beneficie a la sociedad partiendo del principio de cada comunicador que manipula la información diaria.

En cuanto a su elaboración o selección de temas, sugerimos que la agenda setting realice su trabajo partiendo de una amplia investigación del contexto y utilice elementos más imparciales al momento de elegir la cobertura de la noticia.

El periodismo político televisivo, parte del principio de escuchar declaraciones y sacar la noticia de ese diálogo, hecho que en muchas ocasiones no contiene la suficiente información para que el público se informa de la realidad de los acontecimientos y pueda sacar las conclusiones adecuadas en una corriente de opinión positiva y no tergiversadas

El uso de aspectos técnicos (visuales, sonoros, efectos, diseños visuales, etc.) a la presentación de la noticia debe ser mas detenidamente elegida ya que en muchas ocasiones hay temas de agenda setting que merecen la seriedad correspondiente por la gravedad del asunto o por la no importancia del tema.

Los canales y sus ediciones centrales de noticias tienen estilos diferentes pero ambos con el interés político de igual manera, en este caso se recomienda no confundir democracia con defensa de intereses o libre expresión.

La ética periodista tiene mucha importancia en el manejo de la agenda setting, ya que en algunos casos son los periodistas los que eligen su tema de cobertura para hacer noticia, no tomando en cuenta la verdadera esencia de la investigación en profundidad de cada tema.

Parte de la presión de los propietarios que quienes preparan una agenda setting para que sus periodistas solo sigan órdenes y complazcan a su propietario y su ideología, es así que cada periodista debería proponer temas mas veraces a sus jefes para el bien común del medio y su público, alternativa para no perder la credibilidad de sus audiencias.

# Bibliografía

## **BIBLIOGRAFÍA.**

BACHELARD, Gastón: Epistemología. (Textos escogidos por Dominique Lecaourt). Barcelona. Editorial Anagrama.

BELTRÁN, Luís Ramiro (2006): Publicación en Internet de febrero 2006, Puntos de vista Los tiempos.com (Veedurías de comunicación: Presión social).

BERLO, David: El proceso de la comunicación. Edic. Paidós, Barcelona - Buenos Aires – México.

BOURDIEU, Pierre (1997): “Sobre la televisión”, Barcelona Anagrama.

BUNGE, Mario (1989). La investigación científica. Su estrategia y su filosofía. Barcelona. Editorial Ariel S.A. Segunda edición.

DE LA MOTA, Ignacio (1988): Diccionario de Comunicación; Televisión, Publicidad, Prensa, Radio. Tomo I y II, España, Editorial Paraninfo S.A.

GRABER, Doris (1986). *El poder de los medios en la política*. Buenos Aires – Argentina. Grupo Editor Latinoamericano.

GUTIERREZ, Shirley (1997): tesis: “La infografía, un instrumento facilitador de la lectura medial” estudio de caso: el uso infografico en la prensa paceña durante el proceso del pago del bono sol en 1997.

HERNÁNDEZ, Roberto; FERNÁNDEZ, Carlos; BAPTISTA, Pilar (2003): Metodología de la Investigación. Edit. Mcgraw-hill/interamericana editores. S.A. de C. V.

LEÓN, Gustavo (2004): Teorías e investigación de la Comunicación en América Latina Situación actual (Internet).

LOZANO, José Carlos (1993): Teoría e investigación de la comunicación de masas. Alhambra Mexicana.

MANZO, Abelardo (1990): Manual para la preparación de monografías. Edit. Buenos Aires.

MATTELART, Armand y Michele (1997): Historia de las teorías de la comunicación. Edic. Paidós Ibérica S.A.

MCQUAIL, Denis y WINDAHL, Sven (1997): Modelos para el estudio de la comunicación colectiva. Edic. Universidad de Navarra, S.A. Pamplona.

McCOMBS, Maxwell, SHAW, Donald (1991). The agenda setting function of mass media.

McCOMBS, Maxwell, SHAW, Donald (1986). ¿Qué agenda cumple la prensa? El poder de los medios en la política. Grupo Editor Latinoamericano. Buenos Aires – Argentina.

MILLARES, Ana Maria (2001): Periodismo, Opinión pública y Agenda ciudadana. Edit. Norma. Bogota, Buenos Aires, Caracas, Guatemala, Lima, México.

PEÑARANDA, Raúl. (2004). “Prensa y Poder en Bolivia”. Relaciones entre el mundo político y los medios de comunicación.

RIVERA, Gonzalo (2005): tesis: “Estrategia de comunicación de la red unitel para mejora del programa “Al despertar”.

RAMONET, Ignacio (1998). La tiranía de la comunicación. Madrid – España. Editorial Debate.

SAMPIERI, Roberto; FERNANDEZ, Carlos; BAPTISTA, Pilar. Metodología de la investigación. Ed. Mc Graw Hill.

SILES, Hugo (1995). Modelos y efectos de la comunicación. (Fotocopia Universidad Privada Boliviana).

TORRICO, Erick (1999): Periodismo. Edic. Artes graficas latinas. La Paz, Bolivia

TORRICO, Erick (1997): Tesis en Comunicación. Edic. Artes graficas latinas. La Paz, Bolivia.

VELASCO, Irma (2005): Publicación del periódico El Deber, marzo del 2005 (La opinión publica queda fuera de la agenda)

WOLF, Mauro (1991): La investigación de la comunicación de masas. Edic. Paidós, Barcelona - Buenos Aires – México.

WOLF, Mauro (1998): Los efectos sociales de los media. Edic. Paidós, Barcelona - Buenos Aires – México.

WRIGHT, CH. R: Comunicación de Masas. Edic. Paidós, Barcelona - Buenos Aires – México.