

COMUNICACIÓN

Profesor: Marcelo SAINZ

La agenda de los medios

La acción de los medios posibilita el conocimiento del mundo al que no se puede acceder por la propia experiencia. Vivimos en sociedades **mediatizadas** que son aquellas donde, según un autor llamado Eliseo Verón, las prácticas se transforman por la existencia de los medios de comunicación. Esto significa que las acciones que desarrollan los individuos en la sociedad, las cosas que hacen, se basan en gran medida en lo que informan los medios. Por ejemplo: si concurrimos a una marcha es porque gracias a la información que recibimos de los medios, consideramos que hay motivos para ir a esa marcha. Posiblemente, si no estuviéramos al tanto de lo que ocurre o los medios no nos informaran, no iríamos a ningún lado.

Esto nos lleva al tema de la “agenda temática de los medios”, conocida como agenda “setting”, una teoría que sostiene que como consecuencia de la acción de los medios, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, ciertos temas de actualidad. Cada medio tiene su agenda temática, su lista de asuntos en los que fija su atención y sobre los que informa con prioridad sobre otros. Por eso se dice que los medios son eficaces a la hora de indicar a las personas **sobre qué** temas pensar y **cómo** pensarlos. Son los temas que aparecen en la primera plana de los diarios o que ocupan mucho tiempo en los noticieros o programas periodísticos.

Las noticias e informaciones que llegan a las redacciones de los medios son las mismas; lo que cambia es el tratamiento periodístico que se le va a dar a esos temas. En los medios existe la figura del “gatekeeper”, que es la/s persona/s que se encargan de verificar si un hecho se puede considerar o no noticia. Una vez que se seleccionan los hechos “noticiables”, se decide cómo se van a tratar, por ejemplo, si hablamos de la televisión, hay que definir cuánto tiempo se les dedicará en el noticiero, si se mostrarán imágenes, si habrá un movilero cubriendo el hecho, etc. Si en cambio se decide no darle tanta relevancia a esa noticia, posiblemente sólo se le dedique un minuto del noticiero, sin ninguna imagen. Otros hechos serán directamente ignorados.

¿En qué se basan los medios para definir qué temas formarán parte de su agenda?

- El impacto social del hecho:

Los medios ponen en su agenda aquellas informaciones que, por su gravedad, lograrán impactar o captar la atención del público. Es el caso de operativos policiales, accidentes, asaltos, secuestros, etc. Son temas a los que suele dedicárseles mucho tiempo o espacio. También se puede considerar a las noticias deportivas o del mundo del espectáculo (chimentos por ejemplo). Esto tiene que ver con lo que se conoce como “prensa sensacionalista”. Es un tipo de periodismo que busca provocar, como se dijo, un impacto en el público, con el fin de acaparar su atención. Para ello, la prensa sensacionalista suele exagerar la gravedad del hecho y convierte la información en una especie de “espectáculo”. Este fenómeno se puede ver en medios gráficos (diarios y revistas) o en televisión. En el primer caso, cuando aparecen en primera plana títulos con una tipografía de gran tamaño (letras muy grandes) e imágenes llamativas. Y en lo que respecta a la televisión, el sensacionalismo se da en aquellos noticieros que dedican mucho tiempo a determinadas noticias, mostrando videos e imágenes impresionantes, con relatos desgarradores (en casos policiales por ejemplo), acompañando con música, sonido ambiente, etc.

Muchas veces a estos temas se les dedica mucho tiempo o espacio, y son utilizados por los medios para **desviar la atención del público**, dejando de lado problemáticas sociales, políticas o económicas que también pueden afectar a la sociedad (por ejemplo suba de precios, problemas en la educación, salud, etc.)

- **Los intereses del medio:**

Como se dijo, los intereses del medio condicionan lo que se informa y lo que se silencia. Por ejemplo, si el medio tiene compromisos económicos con una empresa que hace publicidad en el mismo, no informará nada que pueda perjudicarla.

Esto también se vincula con lo político. Si un medio tiene una ideología política opuesta al gobierno de turno, ocultará o tratará muy superficialmente toda información de las cosas positivas que haga ese gobierno, destacando más las cosas malas. O a la inversa, si el medio es favorable políticamente al gobierno, informará en su agenda sólo las cosas buenas que haga.

Volviendo al ejemplo que se citó al principio del texto sobre la marcha: si un medio opositor al gobierno informa sólo las cosas malas del mismo, de alguna forma incentivará a la gente a asistir a una marcha en su contra.

En realidad, cuando un medio está estableciendo su agenda temática, está “inventando la realidad”, en el sentido de que presenta al público sólo aquellas noticias que interesan al editor, el director y los periodistas de ese medio y no necesariamente a sus lectores, oyentes o televidentes, sobre los que influye indicándoles, como se dijo, no qué tienen que pensar, sino sobre qué.

En una sociedad en la que prevalezcan los valores democráticos, el público tiene la opción de elegir entre diferentes medios con distintos criterios, intereses e ideologías, con los cuales informarse. De este modo, se analiza la realidad desde distintos puntos de vista y se puede tener una visión más completa de la misma. Esto se llama “**pluralismo informativo**”. Los ciudadanos tenemos derecho a acceder a una comunicación **plural** y debemos tratar de informarnos a través de distintos medios y así sacar nuestras propias conclusiones.

ACTIVIDAD PRÁCTICA

Desarrolle y responda las siguientes consignas

- 1) Lea el texto completo y busque en el diccionario las palabras desconocidas.
- 2) Elabore con palabras y aportes propios el concepto de Agenda temática de los medios”.
- 3) ¿Quién es el gatekeeper y cuál es su función en los medios?
- 4) ¿Qué se hace en los medios una vez que se seleccionan los hechos que se pueden dar como noticias (noticiables).
- 5) Sintetice con sus palabras qué tienen en cuenta los medios para determinar qué temas estarán en su agenda.
- 6) Explique qué es el “pluralismo informativo” y cuál es su importancia.
- 7) Mencione algunos temas que hayan estado últimamente en la agenda de los medios. ¿Cuál de estas informaciones le impactaron más o llamaron su atención? ¿por qué?

NOTA: leer el texto por los menos dos veces antes de empezar a responder. Incorporar aportes y ejemplos propios del alumno (no copiar textualmente las respuestas).