

La agenda de los medios: el posicionamiento de la violencia en los noticieros nocturnos

Media agenda: setting violence on the night news

Michel Raisa López Sánchez
r.aisa.95@hotmail.com

Licenciatura en Comunicación Pública
Universidad de Guadalajara
Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades

RESUMEN

La televisión es el medio de comunicación masiva por excelencia, tiene un alcance muy grande y un poder de influencia sobre la población bastante importante. Es por ello que en esta investigación se busca entender la relación de los medios con la sociedad y cómo a partir de lo que se ve en la televisión es que las personas pueden o no comenzar a pensar determinados temas como algo normal, que es cotidiano. La violencia como tema central del trabajo y su posicionamiento respecto a los medios desde la teoría de Agenda Setting y los conceptos manejados por Maxwell McCombs y Raquel Rodríguez.

PALABRAS CLAVE

Agenda Setting, Posicionamiento, Violencia, Televisión, Maxwell McCombs.

ABSTRACT

Television is the media for excellence, it has an enormous reach and power of influence on the population pretty important in these days. It's because of this situation that in this investigation we are looking to understand the relationship between the media and the society and how as from what people see in television they can or cannot start thinking certain topics as normal, something daily. The violence is the central theme in this work and its position on the media from the theory of Agenda Setting and the concepts worked by Maxwell McCombs and Raquel Rodríguez.

KEYWORDS

Agenda Setting, Positioning, Violence, Television, Maxwell McCombs.

Recibido: diciembre de 2015
Aceptado: febrero de 2016



Ayer en las noticias hablaban de violencia, hoy en la mañana también

La televisión es el medio de comunicación masiva por excelencia, tiene un alcance muy grande y un poder de influencia sobre la población bastante importante. Incluso en la época actual donde el Internet y las redes sociales han cobrado una fuerza gigantesca en el mundo de la comunicación la televisión no ha perdido territorio. Es por ello que resulta pertinente comenzar a preguntarnos qué es lo que la televisión muestra, por qué es esa información la que la entregan y cómo es que reacciona el público ante estas situaciones.

Los medios gestionan su contenido: temas de actualidad y debate, seleccionan aquello que consideran atraerá mayores audiencias, creará qué decir alrededor del tema y generará polémica de la cual bien valdrá hacer cobertura y tenerle seguimiento. No es que solo emitan y esperen que las audiencias absorban los contenidos sino que buscan y generan contenido que por sí solo cree estas reacciones. Hablamos de que deciden qué poner, qué hacer visible y qué posicionar como tema de actualidad, como relevante (Barbosa, 2008).

Esto sucede con todos los medios, deciden su agenda y es lo que hacen llegar a la población que consume lo que ellos crean. ¿Qué es lo que vemos más en televisión? ¿Qué temas aparecen más? Más específicamente, ¿cuántas notas en un programa de 40 minutos dan cuenta de algún suceso violeto? Es el tema sobre el que se centrará esta investigación con el objetivo de observar si lo que más se ve en televisión, llegado a un punto, deja de sorprender a la audiencia.

De alguna forma se comienza a naturalizar la violencia.

Y es que en un momento tan crítico para la sociedad mexicana, donde la situación diaria de hechos de violencia es elevada, donde hay muerte, secuestros, es importante darse cuenta que esta situación no es normal. La gente de alguna forma, después de tener tanto contacto con este tipo de noticias y de recibirlas constantemente, comienza a dejar de sentirse afectada.

Es ese asunto, el posicionamiento de cierta información y el proceso por el cual los medios eligen qué decir y qué no, lo que mueve a esta investigación.

Rossana Reguillo (2015) escribe en su texto “Jugaban al secuestro y mataron a un nene de 6 en México” en el sitio de Cosecha Roja:

La normalización de las violencias en México es constatable, ya no sorprenden las noticias sobre fosas, ejecuciones, torturas, levantones, narco mantas, bloqueos, desapariciones, ya no son la excepción si no la normalidad que se experimenta como dato cotidiano que, a lo más, arranca un escalofrío. Son las esquirlas de ese país roto, fracturado que se han incorporado al cuerpo de la nación, como molestas astillas que no podemos sacar y hay que convivir o sobrevivir con ellas, (Reguillo, 2015, p.4).

Esta premisa es la que crea la necesidad de estudiar ese punto al que ha llegado la sociedad mexicana en que sea el noticiero de las 6 a.m. o de las 11 p.m. seguimos viendo noticias de naturaleza violenta. Que más allá de alarmar a la gente o tenerla atenta, la pueden llevar a un estado de normalización de la violencia que mantiene a la gente como en pausa. Es también



esa relación entre lo que se emite y la reacción de la gente la que llama la atención para este estudio, sin embargo, nos limitaremos a estudiar por ahora el primer actor de la relación: los medios.

Un choque ya no es suficiente porque las ciudades se han llenado de cosas más grandes, de narco bloqueos, de tiroteos, de muerte. La violencia no es solo eso pero si naturalizamos lo más fuerte, lo menos impactante entonces ya no causara tanta reacción. Buscaremos entonces estudiar las agendas de los medios, enfocados especialmente en las de los noticieros nocturnos para ver qué tantos temas relacionados con esta línea se presentan y si en realidad es mayoría o solo es una idea errónea.

Los medios desde lo público, ¿cómo eligen lo que transmiten?

El contenido de los medios y de la televisión en este caso es de suma importancia para la comunicación pública, son dos partes que van de la mano pues los primeros son un tema de estudio continuo y de interés de investigación constante para la comunicación. Se pregunta sobre qué es lo que se le da a conocer a la audiencia y lo que genera en ella, cómo la gente responde a tal información y el modo en que actúa en respuesta a ello.

La construcción de la agenda pública de los medios y lo que estos deciden transmitir a la población es la inquietud de esta investigación, cómo las noticias son administradas al público que afectan incluso el comportamiento de la población en su entorno, en la ciudad y el espacio físico. Los medios tienen poder sobre los individuos y su forma de pensar y la relación

también va en sentido inverso pues los individuos a la hora de elegir qué canal ven generan en el medio un estándar para que este pueda crear su contenido a partir de lo que el público prefiere ver. Es una construcción que necesita de ambas partes de la balanza.

Debido a lo anterior y de ese estudio constante que maneja la comunicación pública de los medios en relación con lo que transmiten a la sociedad es que se estudiará el contenido de los programas informativos, cuántos temas de violencia se posicionan en una sola transmisión del diario televisivo y si esto influye en el pensamiento de la sociedad consumidora de ellos. A partir de esta idea nos preguntamos entonces, por qué los medios deciden hacer los programas de esa manera, cómo esto se ve influido por lo que sucede en el espacio y la opinión pública y el tratamiento que la información de esta naturaleza.

Así que la pregunta crucial aquí será, *¿es la violencia un tema que se posiciona de manera central en los noticieros nocturnos provocando la naturalización de la misma?* De aquí en adelante trataremos de resolver la cuestión y ver si es o no, una realidad lo que se plantea.

Y ya que hablamos de lo público... ¿Qué es comunicación pública?

Comunicación pública no es precisamente más que comunicación en todos sus aspectos, se especializa y centra en aquellos temas de debate y pertinencia pública que le atañen a toda la sociedad y que también son de su interés. Se dedica y tiene el poder de hacer visible, o bien en caso contrario, invisible los acontecimientos de la vida social diaria tomando como espacio a



lo público. No solo es que sean temas de índole pública sino que además, eso se lleva a cabo en un espacio accesible para todos: físico y simbólico.

Además si bien lo público es lo que se estudia aquí, esto en algún punto ha de pasar a ser del Estado y a su vez, los medios hacen la intervención entre lo social y el Estado, más no es un esquema que se mantiene así siempre. A través del tiempo se ha visto que el Estado, lo social y los medios cambian de posición, en algunos puntos de la historia el Estado ha tenido un mayor peso en esta relación, en otras lo social ha tomado mayor relevancia o incluso, podemos hablar de una conjunción del Estado y los medios, todo guiado por el contexto que se viva.

Rabotnikof (2008) habla de lo público en tres aspectos: como lo que es de interés o de utilidad común a todos, lo público como lo que se desarrolla a la luz del día, lo manifiesto y ostensible y como lo que es de uso accesible para todos convirtiéndose al mezclarse con el espacio en el lugar de lo común, lo visible y abierto.

Así pues, comunicación pública se planta en ese punto en el que convergen el espacio público y los temas de alcance y pertinencia para todo actor social dentro de un sistema, tiene la capacidad de moverse como mediador y buscador de acuerdos entre lo que es público y lo que es privado, lo de interés común y lo que se plantea como limitado a un sector. Es capaz de hacer de mediador y de participante, de estudiar esos asuntos así como de crear relevancia para los mismos o bien, de minimizarlos al hacerlos invisibles al ojo de la opinión pública.

Desde la teoría con Agenda Setting para estudiar el caso

Para el estudio del proyecto “La agenda de los medios: el posicionamiento de la violencia en los noticieros nocturnos”, se usará la teoría propuesta por Agenda Setting y a continuación se presentará con más detalle el marco teórico a través del cual se llevará a cabo posteriormente el análisis de la materialidad para llegar a una conclusión en el estudio mencionado.

Esta propuesta teórica aparece de la mano de Maxwell E. McCombs y Donald L. Shaw en 1972 con la publicación de su texto *The Agenda-Setting Function Of Mass Media* que fue producto de una investigación en 1968 (Petroni, s.f.). En el mencionado texto ellos analizaron la influencia de los medios masivos de comunicación para que la gente eligiera a un candidato. Decían que eran pocos los bien educados que buscaban información que viniera de otras fuentes y no sólo de los medios, en el caso de la mayoría (McCombs y Shaw, 1972).

De forma que concluyeron que los medios masivos tenían un papel muy importante en el posicionamiento de ciertos temas, de los cuales la información llegaba a la audiencia y ésta se nutría con la misma. En algunos casos, decían, los medios eran la única fuente de la gente para mantenerse al corriente de lo que sucedía en la vida política (McCombs y Shaw, 1972).

Así, “los medios forzaban la atención hacia ciertos asuntos. Construían una imagen pública de las figuras políticas. Constantemente presentaban objetivos sugiriendo acerca de lo que los individuos debían pensar, saber o tener sentimientos” (Lang y Lang en McCombs y Shaw, 1972, p. 177).



A través del estudio y de un monitoreo constante durante las elecciones los dos autores se encontraron con que en el mundo político es reproducido por los medios y al analizar las evidencias de su trabajo, notaron la tendencia de los votantes de compartir la opinión de los medios sobre lo que es importante. Lo cual sugiere una fuerte influencia de los medios para posicionar la agenda y hacer que diferentes temas cobren mayor importancia para las audiencias (McCombs y Shaw, 1972). Agenda Setting analiza este fenómeno, por qué los medios tratan ciertos temas con mayor frecuencia, por qué se les asigna mayor espacio e incluso, qué temas no son posicionados y por tanto no cobran relevancia.

Un precedente de este estudio realizado por McCombs y Shaw en 1972 fue el libro publicado en 1922 por Walter Lippmann llamado Opinión Pública, pues ya entonces Lippmann manifestaba que vivimos en un pseudo entorno dado que aquello que creemos conocer del mundo político en realidad lo conocemos a medias, nuestro conocimiento es provisto por los medios, todo aquello que sabemos lo vemos en la televisión, el periódico y demás; y ya que en sí no somos capaces de tener experiencias de primera mano de esos temas lo que tomamos nos lo proporcionan los medios (Lippmann, 2003). El personaje central de esta teoría, los medios, es capaz de hacer importante o desestimar ciertos acontecimientos según sea la necesidad.

La visión Maxwell McCombs: conceptos para analizar a los medios

Maxwell McCombs nació en Birmingham (Alabama) Estados Unidos en 1938 y estudió Letras en la Universidad Tulane, donde se graduó en 1960.

Se inició en el periodismo como reportero del New Orleans Times donde ejerció de 1961 a 1963. Se doctoró en la Universidad Stanford en 1966 y posteriormente se incorpora en 1985 al Departamento de Periodismo de la Universidad

de Texas. Continúa su trabajo como docente ahí aunque simultáneamente colabora con algunos cursos en la Universidad de Navarra en España. Es presidente de la World Association for Public Opinion Research. Y junto a Donald Shaw comenzó los primeros trabajos sobre la Agenda Setting (Barbosa, 2008).

Maxwell C. McCombs es uno de los dos padres fundadores de lo que hoy es conocido como la teoría de la Agenda Setting junto a su incansable compañero de investigación, Donald Shaw. Ambos hicieron su estudio sobre la influencia de los medios en la opinión del público frente a las elecciones de Chapel Hill en la Universidad de Carolina del Norte. Su estudio fue la base para que se comenzaran decenas de otras investigaciones sobre el asunto y es hoy en día quizás el texto más representativo de este marco teórico.

Sin embargo, McCombs tiene una serie de libros publicados por sí mismo, entre ellos “Estableciendo la Agenda” en 2006. Sus aportaciones a los estudios e investigaciones sobre la opinión pública y el papel que juegan los medios en ella tienen gran importancia. Es por ello que será este el autor que se manejara en este estudio haciendo uso de algunos de sus conceptos para intentar llegar a una conclusión para la pregunta de investigación.

Su línea de estudio establece el papel de los medios en el manejo y establecimiento de temas de discusión relevantes en la agenda pública. Esto tiene como efecto que el interés de la gente se



decante por lo que reciben de los medios y su opinión se establezca de forma parecida a la que propone la llamada agenda Setting. Esta agenda decide qué temas se abordan, qué hechos se hacen públicos y destacan entre los demás,

la repetitividad y espacio con el que cuentan e incluso, tiene el poder de hacer invisible a otros hechos.

McCombs y Shaw en su texto citan a Cohen diciendo que los medios “a veces pueden no ser exitosos en comunicarles a sus lectores qué pensar, pero son increíblemente exitosos en comunicarles en qué pensar” (Cohen en McCombs y Shaw, 1972, p. 177). Es así como McCombs sostiene que si el individuo no hace más por informarse que lo que recibe de los medios estos pueden llegar a influir incluso en qué pensamos acerca de cierto tema y no solo eso, sino que puede ser incluso que influya en las imágenes que tenemos de determinadas cosas, afectando nuestras actitudes y conductas.

Los medios se han desarrollado muchísimo desde aquellos días de 1972 cuando publicó por primera vez a McCombs y a Shaw y con ello también ha cambiado la forma en la que los medios se involucran en la creación de las agendas que son transmitidas a los públicos, a continuación, se presentarán los conceptos de agenda pública, agenda de los medios e indicadores de la vida real trabajados por McCombs pero definidos por Raquel Rodríguez para su mejor entendimiento.

De manera que McCombs en su obra propone el primer concepto de *agenda pública* que se crea a partir de aquellos temas que se posicionan entre los de mayor interés entre los públicos. Se conforman a partir de la opinión

de una muestra de la población que considera determinados tópicos como de mayor importancia, que necesitan atención con más urgencia o que simplemente están en debate al momento y que fueron presentados anteriormente por

los medios y de ahí que se hayan establecido entre el interés de la gente (Rodríguez, 2004).

“La agenda pública es el grado de jerarquía de importancia que da el público a determinados aspectos noticiosos durante un período de tiempo” (Dearing y Roger en Rodríguez, 2004, p.20). Estos análisis se dan a través de un estudio constante de los temas que se mantienen por periodos de tiempo variados entre las audiencias. Es a esto a lo que se le conoce como agenda pública.

Se realizan encuestas para medir este aspecto de la agenda setting pues es la gente misma la que opina sobre los asuntos que le importan y de ahí se encuentra una tendencia que es la que marca la pauta (Rodríguez, 2004). En 1968 cuando Shaw y McCombs hicieron su investigación la realizaron en cuanto a la influencia de los medios en el voto de la gente pero hoy día, esta agenda pública se puede medir a cualquier tema presentado por los medios.

Por otro lado, también concibió el segundo concepto utilizado: *agenda de los medios* que es una parte central de la teoría de Agenda Setting es la agenda creada por los medios, es el término que se usa para el posicionamiento noticioso que crean. Ellos deciden qué temas son los que se muestran, a cuál se le da mayor importancia, el número de noticias que aparecen, las páginas que ocupa o el tiempo que se le otorga para hablar de ello en pantalla.



Se establece entonces, que según como se posicione un hecho en los medios, éste cobrará mayor relevancia y la audiencia se interesará más por el asunto en función de la cobertura que se le haya dado (Rodríguez, 2004, p. 18).

Esta medición al mismo tiempo estará dada de la relación que se establezca entre la agenda pública y la agenda de los medios y de ahí que se genere relevancia o no de determinado hecho.

Dearing y Rogers (en Rodríguez, 2004) afirman que el proceso de agenda setting empieza cuando un tema aparece en la agenda de los medios y seguirá cuando se posicione en la agenda pública, se necesita que haya una conexión entre ambas. La medición de estos procesos se hace con la medición de la agenda de los medios al seleccionar un tema y hacer seguimiento de la cobertura durante el tiempo que se mantenga como tópico en la agenda.

Como complemento para estos dos conceptos antes mencionados, McCombs desarrolla el tercer concepto llamado *agenda interpersonal* y Raquel Rodríguez (2004) presenta este término relacionado con la psicología social denominándolo como “el mayor nivel de apertura del sujeto hacia la realidad social” (Fernández en Rodríguez, 2004, p.41). Esta agenda se compone de los temas que interesan a los sujetos de forma individual, que ellos perciben como los importantes o en vanguardia entre sus círculos sociales (Rodríguez, 2004).

La agenda interpersonal no está necesariamente construida de temas que aparecen en la agenda de los medios. Puede que en estos temas de interés personal el individuo tenga suficiente información sin tener que indagar más en los medios y de esta forma, esos temas de interés

particular se vuelven una especie de puente para conversaciones entre personas cercanas (Rodríguez, 2004).

Y en una situación contraria, si el individuo carece información respecto a un tema de forma personal tendrá que recurrir a lo que se dice de él en los medios y por tanto se verá influenciado por aquello que se opine en los mismos. De esta manera, el individuo se ve afectado en actitudes y acciones que facilitan los medios de comunicación (Rodríguez, 2004).

La ventana por la que miramos: posicionamiento de la información en los noticieros

Habiendo presentado previamente el marco teórico de Agenda Setting sobre el cual se trabajará en este estudio y explicado un poco de la línea de estudio manejada por Maxwell McCombs de acuerdo a los conceptos, expuestos es tiempo de ver cómo se pondrán en acción estos términos en “La agenda de los medios: el posicionamiento de la violencia en los noticieros nocturnos”.

Como parte práctica del trabajo se elegirán dos programas de noticias nocturnos para realizar un monitoreo durante una semana de ambos. Uno será a nivel local y otro a nivel nacional, con el propósito de observar atentamente qué temas relacionados con violencia son presentados en cada uno, si los mismos son frecuentes y si coinciden los contenidos de ambos programas.

Finalizada la parte de la observación y teniendo ya los datos recabados se procederá a realizar un análisis de los mismos en relación con los conceptos elegidos anteriormente de la teoría de Agenda Setting y Maxwell C. McCombs para



tratar de llegar a una conclusión que responda la pregunta formulada en la primera parte de este proyecto.

A la noche en televisión los conductores hablan, ¿cuántas veces vemos violencia?

Para llevar a cabo la materialidad del proyecto “La agenda de los medios: el posicionamiento de la violencia en los noticieros nocturnos” se eligieron 2 telediarios a nivel nacional y local: Hechos Noche de la televisora Tv Azteca y Hechos Jalisco del mismo canal televisivo. Ambos programas se transmiten diariamente, el primero a las 10 p.m. y el segundo alrededor de las 11:00 y se tomaron para analizar los de la semana del 11 al 15 de mayo de 2015.

A continuación se presentarán los detalles del monitoreo de forma gráfica a través de algunas tablas para poder hacer primero la comparación entre los programas a nivel nacional y local y posteriormente analizarlo con los conceptos presentados en el apartado anterior por Maxwell McCombs y Raquel Rodríguez.

En la primera tabla se presentan los datos recabados durante la semana sobre el noticiero nacional del Azteca 13, dicho programa es conducido por Javier Alatorre y tiene una duración de 45 minutos aproximadamente. Cada programa varía en la totalidad de notas que emiten, el máximo número que se registró en el monitoreo de esta investigación fueron 32 notas y el mínimo que se presentaron fue 28.

Noticiero nacional		
Día	Número de notas generales	Número de notas sobre violencia
Lunes	28	9
Martes	30	8
Miércoles	28	8
Jueves	30	10
Viernes	32	11

TABLA I

Ese número de notas corresponde al total presentado en todo el programa que incluyen desde violencia en sí hasta deportes, espectáculos, economía y política. Esto se hizo para poder ver la diferencia entre ambos números y observar con mayor claridad, y no solo por especulación, si la violencia era un tema predominante en la agenda presentada en televisión. Si se nota que sí hay una presencia de estos temas también es destacable que no es mayoría.

En la segunda columna de la tabla podemos observar que el mínimo de notas presentadas que dan cuenta de sucesos violentos es de 8 los días martes y miércoles y que el más alto se presenta el viernes con 11 notas en total. En el día lunes, por ejemplo, hay un total de 28 notas y 9 de ellas tienen que ver con violencia, lo cual representa un 32%, ni siquiera la mitad del programa tiene contenido de esa naturaleza. Mientras que el día que más tiene notas de violencia son 11 y un total de 32 que representa un 34%.



Ahora bien, esto sucede a nivel nacional, pero a nivel local en el estado de Jalisco se analizó Hechos Jalisco de la misma cadena que el nacional. Este programa apenas cuenta con alrededor de 15 minutos de espacio al aire lo cual reduce considerablemente el contenido y el número de noticias que presentan y compromete la duración de las mismas pues apenas se les da poco más de 1 minuto a las más largas.

Noticiero local		
Día	Número de notas generales	Número de notas sobre violencia
Lunes	8	1
Martes	9	1
Miércoles	9	2
Jueves	8	3
Viernes	9	3

TABLA 2

Vemos aquí el drástico cambio entre un noticiero nacional y uno local incluso aunque son de la misma televisora. El total de notas disminuye considerablemente de un mínimo de 28 a uno de 8, 20 notas menos y si vemos en las de naturaleza violenta el mínimo cae a 1 y el máximo a 3. Por ejemplo, en el lunes que es cuando se registran los menores datos solo un 12.3% se dedica a esta temática, nada parecido a lo que pensábamos al inicio de este estudio.

Los medios sí crean su agenda, la agenda de los medios pero esta no es equivalente ni cercana a la agenda pública. Si bien los medios crean la propia y deciden que temas van a tratar en cada

programa y cómo se va a distribuir la información en ese tiempo determinado que tienen al aire, esto no quiere decir que esa agenda sea la predominante. La agenda pública puede hacer que la agenda de los medios cambie, una no es superior de la otra. Si un suceso que la sociedad considera destacable no es transmitido en las noticias entonces creará revuelo y puede resultar contradictorio pues la gente se preguntará porque no fue mencionado.

Aquí podemos observar que la agenda pública, la que se construye a través de los gustos y preferencias del público consumidor puede crear la pauta para que la agenda de los medios cambie. Es imposible cubrir en un programa de 40 minutos, mucho menos en uno de 15, todo lo que sucede en un día en nuestro país y es por ello que los medios deben gestionar a través de los gatekeepers la información que van a transmitir, lo que dirá y que tiempo de le dedicarán.

Es una relación en la que la agenda pública depende de la agenda de los medios y viceversa, se complementan y se adaptan dependiendo de las necesidades que tengan las audiencias o los intereses que manejen los medios, ambas agendas se transforman constantemente.

Por último, sin integramos a esos dos conceptos manejados el de agenda interpersonal ampliaremos aún más nuestro campo de entendimiento. Es decir, un individuo decide qué y qué no llama su atención, sobre qué se informará y sobre qué no quiere enterarse. Esta agenda se compone de los temas que le interesan a los sujetos de forma personal, lo que consideran importante y de vanguardia y lo que compartirán con sus círculos cercanos, con la familia y los amigos. Con



esta agenda se crea un puente entre personas cercanas y para la popularización de ciertos temas.

Si cierto tema es repetido suficientes veces y comienza a agrandarse esto llamará la atención de los medios y del resto de la sociedad, gente que no estaba enterada de ese suceso comenzará a darse cuenta y por ende, después pasará ser parte de la agenda pública y de la agenda de los medios. Son 3 agendas interconectadas, que son manejadas por diferentes sectores pero que se encuentran en constante dependencia las unas de las otras.

Se construyen en base a lo que sucede en la otra, pues si la agenda pública se distanciara y decidiera construir su información sin tener en cuenta a la pública habría un conflicto de intereses entre ambas que causaría problemas. Situación que de alguna forma puede que no este muy lejos de la realidad.

Una vez que hemos visto esa relación entre los tres tipos de agendas que tomamos de la teoría de Agenda Setting de Maxwell McCombs podemos entrar en materia de si la violencia luego de ser manejada constantemente, si bien no de manera protagonista en los telediarios nocturnos, llega a convertirse en una cosa natural para las audiencias. Como bien vimos en el análisis anterior la violencia no es el tema central de estos programas, no se habla 100% de ella ni se sobre explotan como tal los sucesos de esta naturaleza, sin embargo, no es la cantidad la que genera esa naturalización si no la precencia constante del tema en los medios.

Puede que no se trate de ella en todo el programa, puede que aparezcan algunas notas

equilibradas junto a política, deportes, inseguridad pero es tan constante la reincidencia de estos casos que provocan en la gente una desatención de temas así, que lo comiencen a notar como algo común, que sucede siempre y entonces cuando una noticia así llega a sus oídos ya no provoca una reacción como si fuera algo que nunca había sucedido. Es una sobre exposición de este tipo de noticias que generan una naturalización de la violencia y crean una lejanía entre la emoción del televidente y lo que acontece, se hace costumbre.

Hilando la construcción de información de los medios y su efecto en la percepción de la violencia en las audiencias

Una vez que se ha hecho el monitoreo de los programas que se planteó como materialidad de estudio y después de haber realizado el análisis pertinente de los datos recabados del mismo, es necesario tener una conclusión. El propósito de esta investigación era resolver la pregunta: ¿es la violencia un tema que se posiciona de manera central en los noticieros nocturnos provocando la naturalización de la misma? Y es momento de hacer una conclusión para poner respuesta a la incógnita del estudio.

Si bien en el apartado de análisis se han proporcionado los datos registrados sobre el contenido de los noticieros y se ha determinado que contrario a la pregunta que plantea al inicio de la investigación a la violencia como un tema central en estos programas, no sucede así. Aunque como ahí vemos no era una idea acertada la que se tenía en un inicio también se puede decir que se crea una insensibilización por parte de la audiencia respecto a la violencia.



Después de que la situación del país fuera agravándose con cada gobierno y su incansable lucha contra el crimen organizado y los cárteles de drogas, la violencia ha alcanzado niveles críticos en México y ese constante suceder de actos violentos generan que la gente deje de sorprenderse. Quizás los noticieros no estén plagados de principio a fin de noticias violentas pero sí ese constante aparecer de actos impresionantemente violentos dejan la batuta muy alta para que algún asalto cotidiano altere a la gente.

Los noticieros tienen un poder considerable sobre la audiencia y lo que les transmiten, cómo lo editan para decir lo que quieren decir y lograr sus propósitos pero no es el único actor de poder en este panorama. La sociedad ejerce a su vez un poder considerable en el actuar de los medios y las nuevas formas de comunicación crean una nueva ventana a la transmisión de información. Ya no es necesario esperar al conductor de las 10 para enterarte de lo que pasó en el día, sino que con una aplicación en tu celular, computadora o tablet te puedes poner al corriente de lo acontecido minuto a minuto.

Esa nueva forma de pasar información entre usuarios hace que los medios también se vean bajo presión de informar rápidamente, de la misma forma que hacen mucho más evidente cuando quieren evitar emitir algún tipo de información y que de todas maneras en algún momento saldrá a luz con la filtración de documentos, audios o videos. Ese poder que tiene la gente de cuestionar ahora a los medios hace que sea dependiente una parte de la otra.

Los medios necesitan el consumo del público y entonces hacen y generan el contenido que sa-

ben que mantendrá a la audiencia interesada en lo que emiten, que querrán no perderse ni un capítulo del programa. Y a su vez, el público tiene el poder de hacer que algo se quede o se vaya pues si dejan de consumirlo dejará de ser una opción viable para el medio de producir. Todo es cuestión de balance y de complementación, ninguno de estos actores de la vida social es independiente del otro, todos de alguna manera resultan estar siempre en interacción y conexión: el público, los medios y hasta el estado.

Esto claro, en un caso ideal, pues ahora más que nunca se necesitaría encontrar el balance entre los medios y el estado; los intereses de por medio que pueden existir en esa relación dejan mucho que desear en el pueblo no solo mexicano, sino en muchos países en el mundo actualmente. Se necesita reajustar esas colaboraciones para crear un intercambio justo entre lo sabemos y los que nos dicen los medios, nunca hay que conformarse con lo que ve en la televisión, siempre hay que buscar e indagar más allá.



Referencias

- Barbosa, A. (2008). "Interview with Maxwell McCombs" en *Estudios de Comunicación* n°4, pp. 135-162.
- Lippmann, W. (2003). *La opinión pública*. España: Cuaderno de Langre.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda*. Paidós Ibérica Ediciones S a: Tercera edición.
- McCombs, Maxwell E., and Donald L. Shaw. (1972). "The Agenda-Setting Function of the Mass Media." *Public Opinion Quarterly* 36:176–87.
- Rabotnikof, N. (2008) "Lo público hoy: lugares, lógicas y expectativas" en *Íconos* 23, pp.37-48
- Reguillo, R. (2015) "Jugaban al secuestro y mataron a un nene de 6 en México". Recuperado el 20 de mayo de 2015 de *Cosecha Roja*. Sitio web: <http://cosecharoja.org/jugaban-al-secuestro-y-mataron-a-un-nene-de-6-en-mexico/>
- Rodríguez, R. (2004). *Teoría de la Agenda Setting. Aplicación a la enseñanza universitaria*. España: A.F. Alaminos.

