

BUENOS AIRES
ELIGE PRESIDENTE
Un estudio en el marco de la
teoría de la *agenda setting*

Alicia Casermeiro de Pereson
Lidia de la Torre
María Teresa Téramo

Casermeyro de Pereson, Alicia

Buenos Aires elige presidente : un estudio en el marco de la teoría de la agenda setting / Alicia Casermeyro de Pereson ; Lidia de la Torre ; María Teresa Téramo. – 1° ed. – Buenos Aires : Educa, 2009.

99 p. ; 23x14 cm.

ISBN 978-987-620-113-1

1. Ciencias Políticas. I. De la Torre, Lidia II. Téramo, María Teresa III. Título

CDD 320



**EDITORIAL
DE LA UNIVERSIDAD
CATÓLICA ARGENTINA**

FUNDACIÓN UNIVERSIDAD CATÓLICA ARGENTINA
A. M. de Justo 1400 • P.B., Contrafrente • (C1107AAZ)
Tel./Fax 4349-0200 • educa@uca.edu.ar
Buenos Aires, octubre de 2009

ISBN: 978-987-620-113-1

Queda hecho el depósito que previene la Ley 11.723
Printed in Argentina - Impreso en la Argentina

**EL PRIMER NIVEL DE LA *AGENDA SETTING*.
LA AGENDA PÚBLICA
EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES Y SU
RELACIÓN CON LA AGENDA DE LOS MEDIOS**

1. Introducción

Han pasado casi cuatro décadas desde que McCombs y Shaw concibieron el concepto de *agenda setting* para describir la influencia de los medios de comunicación en la jerarquización que la opinión pública hace de los problemas o temas nacionales más importantes (*salience of public issues*).

En este estudio, como lo establece la teoría, partimos de la premisa de que la atención pública es limitada. Tal como refieren Shaw y Martin, “los temas públicos siempre compiten entre sí por cantidades limitadas de posible atención del público”.¹ Es así como los asuntos públicos que la gente recuerda y considera que son problemas relevantes –agenda intrapersonal–² y los asuntos públicos de los que habla –agenda interpersonal–³ son aquellos de los cuales toma conocimiento a través de los medios. De esta manera se conforma la base de la “agenda pública” acerca de los temas considerados de mayor importancia relativa en cada sociedad.⁴

¹ SHAW, Donald y MARTIN, Shannon: “The Function of Mass Media Agenda Setting”, en *Journalism Quarterly*, Vol. 69, N°4, 1992, pág. 904.

² La agenda intrapersonal es aquella que se define por lo que el individuo considera el problema más importante. Para este tema debería confrontarse McLEOD-BECKER-BRYNES: “Another Look at the Agenda-Setting Function of the Press”, en *Communication Research*, vol. 1, n° 2, 1974, págs. 131-166.

³ La agenda interpersonal es aquella que se define por los temas de los que el individuo habla y discute. Cf. McLEOD-BECKER-BRYNES: ob. cit., págs. 131-166.

⁴ Recordemos que, habitualmente, el número de temas destacados (*issues*) oscila entre 5 y 7.

Un antecedente de este trabajo es el realizado por Casermeiro de Pereson⁵ con motivo de las elecciones presidenciales en la Argentina en 1998. La autora analiza también el efecto de la agenda de los medios –diarios y televisión– en las dos agendas públicas en la población de la Ciudad de Buenos Aires.

Esta investigación tuvo como objetivo averiguar si existió transferencia de la jerarquización temática de la agenda de los principales medios a las agendas intrapersonal e interpersonal del público porteño, durante el mes previo a las elecciones presidenciales de 2007. Como en los demás estudios del primer nivel de la teoría de la *agenda setting*, la variable independiente es la “agenda de los medios” y la variable dependiente, la “agenda del público”.

2. Metodología

Tal como metodológicamente corresponde hacer en los estudios tradicionales de *agenda setting*, se realizó una encuesta que permitió averiguar la “agenda del público” acerca de los “problemas más importantes” y los “temas de conversación”, entre los habitantes de la Ciudad de Buenos Aires, durante los dos días previos a las elecciones presidenciales de 2007. Por otra parte, durante el mes previo a dichas elecciones, se realizó el análisis del contenido periodístico de los dos diarios matutinos de mayor circulación nacional y mayor venta en la Ciudad de Buenos Aires (*Clarín* y *La Nación*) y de los dos noticieros televisivos de mayor audiencia en ese momento (*Telenoche* y *Telefé Noticias*). Dicho análisis se hizo tomando como base los seis problemas o temas de conversación más mencionados por la agenda del público, y de esta manera se construyó la “agenda de los medios”. Finalmente, se correlacionaron las agendas intrapersonal e interpersonal del público con la de los medios, lo que permitió observar si la función de *agenda setting* se cumplía o no en este caso particular.

Como en otros estudios realizados en el marco de la teoría de la *agenda setting*, para medir la “agenda pública intrapersonal” se uti-

⁵ CASERMEIRO DE PERESON, Alicia: *Los medios en las elecciones*, ob. cit.

lizó la pregunta: “¿cuál es, a su juicio, el ‘problema más importante’ que debe resolver el país en este momento?”, pregunta reconocida con las siglas PMI. La misma nos permitió averiguar cuál era, en el nivel cognitivo, la preocupación o “agenda pública intrapersonal” de los habitantes de esta ciudad respecto de “problemas nacionales más importantes” (PMI). Para observar la “agenda pública interpersonal” se trabajó con la pregunta: “en la última semana, ¿usted conversó con sus familiares o amigos sobre alguno de los problemas del país?, ¿sobre cuál?”; lo que permitió observar la importancia asignada a un tema en una red de comunicaciones interpersonales.

La encuesta fue respondida telefónicamente por 398 personas,⁶ todos mayores de 18 años, sobre la base de una muestra aleatoria de los números de teléfono de los hogares de la Ciudad de Buenos Aires. El error muestral fue de +/- 4,91%.

Las respuestas abiertas acerca del “problema más importante” (PMI) y del “tema de conversación” fueron categorizadas y jerarquizadas sobre la base de la selección de los seis problemas y temas de conversación más mencionados por los entrevistados y que sumaban los mayores porcentajes. Éstos fueron:

1. “Inseguridad”: Se incluyeron en esta categoría las referencias de los encuestados a los problemas de seguridad pública y todas las observaciones vinculadas con la falta de cumplimiento del rol que le cabe a la policía en el cuidado de la misma.
2. “Desocupación”: Se incluyen en esta categoría respuestas que aluden a la falta o la escasez de trabajo.
3. “Inflación”: En esta categoría se incluyen los problemas provocados por el incremento de precios de la canasta familiar y de otros insumos cotidianos.
4. “Pobreza”: Se consideraron en esta categoría las respuestas que hacían referencia a la miseria, el hambre y la inequidad social como problema más importante.⁷

⁶ La encuesta telefónica en Buenos Aires puede ser considerada representativa de la población general en la medida en que la cobertura telefónica de la Ciudad de Buenos Aires es amplia.

⁷ “Pobreza” fue un *issue* mencionado tanto como problema (“miseria”, “pro-

5. “Situación económica”: Es una categoría que hace referencia a las respuestas que expresamente mencionaron la “situación económica”, el “estancamiento económico” o “los problemas económicos de la gente común”.⁸
6. “Educación”: Las respuestas que aludían a los problemas vinculados a la “educación” en general, a falta de medios económicos aplicados a “educación” y a los sectores vinculados al problema, es decir, maestros y alumnos.⁹
7. Otros problemas: Salud, corrupción, política, salarios, justicia.

El análisis de contenido de los medios se realizó teniendo en cuenta los temas de interés público y su jerarquización. Es decir que, para el análisis de contenido de los diarios y noticieros, se tomaron en consideración únicamente los artículos o notas periodísticas “tematizadas”, que admitiesen ser encuadradas en términos de alguno de los temas de conversación o los problemas considerados como “más importantes” por los habitantes de la Ciudad de Buenos Aires. En tanto, se dejaron de lado el resto de las noticias que no respondieran al mencionado encuadre temático. Es decir, se siguieron los criterios propios de los llamados estudios de primer nivel de la función de *agenda setting* de los medios.

Se trabajó con la totalidad de las noticias en las que se hiciera referencia a los seis “problemas más importantes” o “temas de conversación”. Con este criterio, se tomaron 694 artículos de los diarios *Clarín* y *La Nación*, entre el 1º y el 27 de octubre de 2007 y se analizó para el mismo período la información de los noticieros *Telenoche* y *Telefé Noticias*, de los que se registraron 204 noticias vinculadas a dichos temas mencionados.

blema social”, “hambre”) como por el sector de referencia (“los pobres”, “los necesitados”).

⁸ En la Argentina la “situación económica” es mencionada habitualmente con la connotación general de “problema”. Ello es menos frecuente en otros países, donde se especifica el tipo de problema económico que preocupa. En tal sentido, debe tenerse en cuenta que los estudios de *agenda setting* se han hecho preponderantemente en países con economías prósperas (EE.UU., Japón, Corea, Alemania y España).

⁹ La “educación” es un *issue* mencionado habitualmente como problema general (“la educación”).

3. La agenda pública

El análisis de las respuestas del público entrevistado permitió categorizar los problemas más importantes (agenda intrapersonal) y los temas de conversación (agenda interpersonal) tal como se muestra en el Cuadro 1.

En la primera de las agendas (intrapersonal), los problemas mencionados por la gente se distribuyeron de la siguiente manera: 1° “inseguridad” (51,2%), 2° “educación” (9,9%), 3° “pobreza” (9,7%), 4° “desocupación” (6,3%), 5° “situación económica” (5,2%), 6° “inflación” (3,9%). El resto de temas mencionados fueron agrupados en la categoría “otros” y no fueron contemplados en

CUADRO 1
AGENDA INTRAPERSONAL E INTERPERSONAL
DEL PÚBLICO (ENCUESTAS)

| Problema más importante (PMI) ^a | Porcentaje | Rango | Temas de conversación | Rango |
|--|----------------|-------|-----------------------|-------|
| Inseguridad | 204 51,2% | 1 | 141 44,3% | 1 |
| Desocupación | 25 6,3% | 4 | 19 5,9% | 5 |
| Inflación | 15 3,9% | 6 | 40 12,6% | 2 |
| Educación | 39 9,9% | 2 | 24 7,5% | 3 |
| Pobreza | 39 9,7% | 3 | 11 3,4% | 6 |
| Situación económica | 21 5,2% | 5 | 23 7,2% | 4 |
| Otros PMI ^b | 94 17,7% | | 60 18,8% | |
| Total | N= 398 100% | | N=318 100% | |

^a Sobre un total de 398 personas encuestadas telefónicamente, sobre la base de una muestra al azar de hogares con teléfono de Capital Federal, entre el 25 y el 27 de octubre de 2007.

^b La salud, la corrupción, la política, los salarios, la justicia.

el análisis de contenido de los medios, de acuerdo con los criterios tradicionales de los estudios de la *agenda setting*.

Respecto de los temas de conversación mencionados por los entrevistados (agenda interpersonal), el ranking fue el siguiente: 1º “inseguridad” (44,3%), 2º “inflación” (12,6%), 3º “educación” (7,5%), 4º “situación económica” (7,2%), 5º “desocupación” (5,9%) y 6º “pobreza” (3,4%) (ver Cuadro 1).

4. La agenda de los medios

Tal como se puede observar en el Cuadro 2, el tema que apareció más frecuentemente en los medios, más allá del formato (audiovisual o prensa), fue la “inseguridad” (50,5% para los diarios y 34,3% para los noticieros). El segundo lugar fue ocupado por noti-

CUADRO 2
AGENDA DE LOS DIARIOS Y LA TELEVISIÓN
(ANÁLISIS DE CONTENIDO)^a

| Problema más importante (PMI) | N° y % de artículos en diarios | Rango | N° y % de notas en noticieros de TV | Rango |
|-------------------------------|--------------------------------|-------|-------------------------------------|-------|
| Inseguridad | 351 50,5% | 1 | 70 34,3% | 1 |
| Desocupación | 9 1,2% | 6 | 1 0,5% | 6 |
| Inflación | 166 23,9% | 2 | 51 25% | 2 |
| Educación | 49 7% | 4,5 | 4 2% | 5 |
| Pobreza | 49 7% | 4,5 | 7 3,4% | 4 |
| Situación económica | 70 10% | 3 | 36 17,6% | 3 |
| Totales | N= 694 100% | | N=204 100% | |

^a Sobre un total de 694 artículos de diario y 204 notas en televisión vinculadas al PMI.

cias referidas a la “inflación” (23,9% y 25%, respectivamente). Luego se ubicaron aquellas relacionadas con “situación económica” (10% y 17,6%, respectivamente). Las noticias acerca de la “pobreza” ocuparon el cuarto lugar, con 7% y 3,4%; las vinculadas con la “educación”, el quinto, con 7% y 2%; y por último, en el sexto lugar, las relativas a la “desocupación”, con sólo un 1,2% y 0,5%.

5. Comparación de agendas

Según McCombs, “la agenda mediática suele ser la fuente primaria de orientación, aquella a la que la gente se vuelve para reducir su incertidumbre”.¹⁰ Sin embargo, cuando se está frente a temas acerca de los cuales la opinión pública tiene escasa necesidad de orientación, es decir, escasa incertidumbre, la gente no presta atención especial a la agenda mediática.¹¹ En estos casos, existe otro tipo de relación del público con la agenda de los medios, que se establece cuando se recurre a las noticias para detectar si se produce algún cambio importante en la situación problemática existente. Éste es el caso de la “inseguridad”, que era el tema socialmente más relevante y que mostraba una permanencia estable y muy prolongada en la opinión pública y en los medios de comunicación durante el período analizado.

Se puede afirmar, en términos teóricos, que en nuestro estudio, la inseguridad, con un peso relativo altísimo en la opinión pública y en los medios, es un tema de gran relevancia pero de baja incertidumbre; por lo tanto, el efecto orientador de la agenda sería reemplazado por el interés de la opinión pública en variaciones de esa situación problemática. Así lo reflejan los datos: uno de cada dos porteños dijo que la “inseguridad” era el principal problema del país, tema que aparece también con mayor frecuencia en los me-

¹⁰ MCCOMBS, M.: *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*, Barcelona, Paidós Comunicación, 2006, pág. 225.

¹¹ *Ibíd.*, pág. 214-215.

dios, principalmente en los diarios. Este consenso entre agenda de medios y agenda pública de problemas no se verifica para el resto de las categorías analizadas. Es así que, mientras la “educación” y la “pobreza” fueron los temas más mencionados por la gente, ocupando el segundo y tercer lugar, en la agenda de los medios, la “inflación” y la “situación económica” fueron los temas instalados luego de “inseguridad”.

Si comparamos los temas de conversación de la gente con la agenda de los medios, observamos un mayor consenso: la “inseguridad” continúa ocupando el primer lugar en ambas agendas y la “inflación”, el segundo (ver Cuadro 3). La “inflación”, que no fue un tema relevante para la agenda pública intrapersonal, ocupa el segundo lugar en los temas de conversación de la gente. Se puede afirmar que la “inflación” es un tema con el que los porteños tienen una experiencia personal dominante, luego de las hiperinflaciones de los años 1989 y 1991 sufridas en el país. En este sentido, dice la teoría que, en casos como el citado, “no necesitamos que los medios de comunicación nos alerten de este problema o nos disipen cualquier género de incertidumbre sobre su importancia”.¹² Sin embargo, investigaciones realizadas en Syracuse y en Texas por Einsiedel Salomone, Schneider, Lasorsa y Wanta¹³ ponen en cuestión dicha afirmación al observar que “el uso de los medios de comunicación y la experiencia personal se combinaron para producir fuertes efectos de establecimiento de agenda”.

La evidencia de la investigación realizada en Texas por Lasorsa y Wanta introduce un factor que no había sido tenido en cuenta antes: la conversación. Observan que la frecuencia de conversar sobre temas de interés público se vinculaba positivamente con la frecuencia del uso de medios y con la experiencia personal.¹⁴ Así, la conversación resulta un factor que refuerza el impacto de las agendas mediáticas.

¹² *Ibíd.*, pág. 121.

¹³ *Ibíd.*, págs. 128-130.

¹⁴ *Ibíd.*, pág. 130.

CUADRO 3
RANKING DE TEMAS EN AMBAS AGENDAS

| Agenda intrapersonal | Agenda interpersonal | Agenda diarios | Agenda noticieros TV |
|----------------------|----------------------|---------------------|----------------------|
| Inseguridad | Inseguridad | Inseguridad | Inseguridad |
| Educación | Inflación | Inflación | Inflación |
| Pobreza | Educación | Situación económica | Situación económica |
| Desocupación | Situación económica | Pobreza | Pobreza |
| Situación económica | Desocupación | Educación | Educación |

6. Correlación entre agendas

Para medir la vinculación entre la agenda de los medios y la agenda pública en los estudios de *agenda setting* se utiliza usualmente el Coeficiente de Correlación de Spearman (Rho) como medida de asociación entre órdenes de rango. En este caso interesa ver la correlación entre cuatro órdenes de rango: el rango de jerarquización de los problemas según la agenda pública intrapersonal en relación con el rango de los mismos temas en los diarios y en los noticieros de la TV y el rango de jerarquización de la agenda pública interpersonal en relación con el rango de los mismos temas en los diarios y noticieros de TV.

Los resultados de la correlación entre las agendas de los medios y las del público intrapersonal e interpersonal se presentan en las *Tablas 1* y *2*, y muestran un resultado revelador en comparación con otras investigaciones realizadas hasta el momento. Se registra una significativa correlación entre los temas de conversación –agenda interpersonal– y los problemas nacionales seleccionados y jerarquizados por los medios.

Contrariamente a lo que en general se observa en otros estudios sobre el primer nivel de la agenda, no hay correlación entre la agenda intrapersonal y la agenda de los medios (diarios y TV).¹⁵ Esta

¹⁵ Recordemos que los valores medios de correlación en las investigaciones de *agenda setting* de primer nivel son de, aproximadamente, Rho: +.500.

situación puede explicarse por el hecho de que cuando la gente responde por el principal problema del país tiende a referirse a aquellos asuntos públicos que no necesariamente la afectan personalmente, como la desocupación, la pobreza, la calidad de la educación, etcétera. En cambio, cuando la gente responde sobre los temas de conversación habitual, se refiere a problemas que la afectan o la afectaron de manera personal, es decir, temas experienciales, para los que cuenta con interlocutores con quienes compartir su experiencia. Esta es la característica de un tema que resultó relevante en el período analizado: la inflación. En ese momento, el alza y la variación en el precio de los alimentos publicado cotidianamente por los medios sumados a la experiencia de hiperinflaciones, se trasladó a la agenda de los temas de conversación de los porteños. La información de la agenda de los medios resulta ser más un instrumento de contacto social¹⁶ más que un recurso para orientarse personalmente.

Tabla 1

| | | |
|-------------------|--|---------------------------|
| Correlaciones | Correlación agenda intrapersonal - diarios | + .059 |
| (Rho de Spearman) | Correlación agenda interpersonal - diarios | + .812^a |

^aLa correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Tabla 2

| | | |
|-------------------|---------------------------------------|---------------|
| Correlaciones | Correlación agenda intrapersonal - TV | + .058 |
| (Rho de Spearman) | Correlación agenda interpersonal - TV | + .600 |

La correlación entre la agenda de los diarios y la interpersonal del público (Rho +.812) indica que, entre los habitantes de la Ciudad de Buenos Aires, los diarios transfirieron al público los temas habituales de conversación en este período de análisis. No sucede

¹⁶ KATZ, Elihu; BLUMER, Jay; GUREVITCH, Michael: "Usos y gratificaciones de la comunicación de masas", en *Sociología de la comunicación de masas. II: Estructuras, funciones y efectos*, México, GG Mass Media, 1985, págs. 127-171.

lo mismo entre la agenda de los diarios y la agenda intrapersonal del público, ya que no registran correlación significativa ($Rho +.059$). La TV, al igual que los diarios, fija la agenda interpersonal del público ($Rho +.600$), pero no la intrapersonal ($Rho +.058$) en este período electoral.

8. Correlación entre las agendas de los diarios y las de sus lectores

Según los datos de nuestra encuesta telefónica, un 78% de la población de la Ciudad de Buenos Aires dijo leer los diarios. De ese total de público lector, el 58% dijo leer *Clarín*, el 25%, *La Nación*, y el resto lee otros diarios.

En el Cuadro 4, en su segunda y cuarta columnas, se indica la cantidad y el porcentaje de noticias publicadas por cada diario referidas a los problemas identificados como los más importantes por

CUADRO 4
ANÁLISIS DE CONTENIDO POR DIARIOS

| Problema más importante ^a | Diario <i>Clarín</i> | Rango | Diario <i>La Nación</i> | Rango |
|--------------------------------------|----------------------|-------|-------------------------|-------|
| Inseguridad | 197 45,8 % | 1 | 154 58,3 % | 1 |
| Inflación | 116 26,9 % | 2 | 50 18,9 % | 2 |
| Desocupación | 9 2 % | 6 | 0 | 6 |
| Situación económica | 50 11,6 % | 3 | 20 7,5 % | 4 |
| Educación | 30 6,9 % | 4 | 19 7,1 % | 5 |
| Pobreza | 28 6,5 % | 5 | 21 8 % | 3 |
| Totales | N=430 100 % | | N=264 100 % | |

^a Son 430 artículos del diario *Clarín* y 264 del diario *La Nación* (1° al 27 de octubre de 2007).

el público. En la tercera y quinta se indica el rango de importancia de los mismos para cada periódico, calculada en razón de la cantidad de noticias en las que esos temas aparecieron.

Como se puede observar, en el período analizado, las noticias relacionadas con la “inseguridad” fueron las que publicaron con mayor frecuencia en ambos diarios. En una medida relativamente menor, la información referida a la “inflación” ocupó el segundo lugar. Respecto de la jerarquización del resto de los temas, no se registró coincidencia entre *Clarín* y *La Nación*. Mientras que *Clarín* otorgó de manera decreciente, espacio a noticias relacionadas con la “situación económica”, la “educación”, la “pobreza” y la “desocupación”, *La Nación* distribuyó el suyo privilegiando la información sobre la “pobreza”, la “situación económica”, la “educación” y la “desocupación”.

La agenda pública de los lectores de *Clarín* y *La Nación* respecto del rango de menciones de los problemas públicos más relevan-

CUADRO 5
AGENDA INTRAPERSONAL DE LOS LECTORES
POR DIARIO DE LECTURA HABITUAL^a

| Problema más importante | Lectores diario <i>Clarín</i> | Rango | Lectores diario <i>La Nación</i> | Rango |
|-------------------------|-------------------------------|-------|----------------------------------|-------|
| Inseguridad | 119 55,8 % | 1 | 41 56,4 % | 1 |
| Inflación | 9 4,2% | 6 | 3 3,5% | 6 |
| Desocupación | 15 7,4% | 4 | 8 9,4% | 4 |
| Situación económica | 12 5,6% | 5 | 7 8,2% | 5 |
| Educación | 29 13,6 % | 2.5 | 11 12,9 % | 3 |
| Pobreza | 29 13,6 % | 2.5 | 15 17,6 % | 2 |
| Total | N=213 100 % | | N=85 100 % | |

^a Son 213 lectores del diario *Clarín* y 85 lectores del diario *La Nación*.

tes es similar (ver Cuadro 5). En ambos casos la “inseguridad” fue el principal problema de la agenda intrapersonal de los lectores de *Clarín* y de los de *La Nación*, que a su vez concuerdan en señalar como el segundo problema más importante a la “pobreza”, luego la “educación”, la “desocupación”, la “situación económica” y, en último término, “la inflación”.

Ahora bien, ¿en qué medida la agenda intrapersonal de los lectores de cada uno de los diarios fue fijada por su diario de lectura habitual? En la siguiente tabla se registran las correlaciones entre la agenda intrapersonal de los lectores de *Clarín* y la agenda de este medio, así como entre la agenda intrapersonal de los lectores de *La Nación* y la agenda de este medio. La diferencia no es significativa; en el primer caso, el Rho es $+0.058$ y en el segundo es $+0.257$. Esto significa que ninguno de los dos diarios fijó la agenda de temas entre sus lectores.

Tabla 3

| | | |
|-------------------|--|----------|
| Correlaciones | Correlación agenda intrapersonal lectores <i>Clarín</i> - agenda Diario <i>Clarín</i> | $+0.058$ |
| (Rho de Spearman) | Correlación agenda intrapersonal lectores <i>La Nación</i> - agenda diario <i>La Nación</i> | $+0.257$ |

En el Cuadro 6 se observan los rangos de las agendas interpersonales de los lectores de *Clarín* y de *La Nación*. La “inseguridad” fue el tema de conversación más frecuente entre los lectores de ambos medios. Pero, mientras que la “inflación” fue el segundo tema más importante de conversación para los lectores de *Clarín*, la “situación económica” lo fue para los de *La Nación*.

CUADRO 6
**AGENDA INTERPERSONAL DE LOS LECTORES
 POR DIARIOS^a**

| Temas de conversación | Lectores diario <i>Clarín</i> | Rango | Lectores diario <i>La Nación</i> | Rango |
|-----------------------|-------------------------------|-------|----------------------------------|-------|
| Inseguridad | 82 9,6% | 1 | 35 46% | 1 |
| Inflación | 29 17,5% | 2 | 11 14,4% | 3 |
| Desocupación | 13 7,8% | 5 | 8 10,5% | 4 |
| Situación económica | 16 9,7% | 4 | 12 15,7% | 2 |
| Educación | 17 10,3% | 3 | 6 7,9% | 5 |
| Pobreza | 8 4,8% | 6 | 4 5,2% | 6 |
| Total | N=165 100% | | N=76 100% | |

^a Son 165 lectores del diario *Clarín* y 76 lectores del diario *La Nación*.

Al analizar la existencia de correspondencia entre los temas de conversación de los lectores con las noticias publicadas en sus diarios de lectura habitual, se observa una correlación significativamente alta ($Rho +.886$) entre la agenda interpersonal de los lectores de *Clarín* y la de su diario. En contraste, la correlación de la agenda interpersonal de los lectores de *La Nación* con su diario ($Rho +.488$) no es tan significativa.

En este punto cabe destacar que la correlación entre la agenda interpersonal de los lectores de *Clarín* con la de este diario es claramente superior a la de los dos medios sumados ($Rho +.812$), mientras que la de *La Nación* resulta significativamente inferior (ver Tabla 1 y Tabla 4).

No obstante las diferencias registradas respecto del grado de correlación entre la agenda interpersonal con la de sus respectivos diarios, en ambos casos, el grado de asociación es notoriamente mayor al que se observara en el análisis de la agenda pública intrapersonal.

Tabla 4

| | | |
|------------------------------------|--|---------------------|
| Correlaciones (Rho de Spearman) | Correlación agenda interpersonal lectores <i>Clarín</i> - agenda Diario <i>Clarín</i> | + .886 ^a |
| | Correlación agenda interpersonal lectores <i>La Nación</i> - agenda diario <i>La Nación</i> | + .488 |

^a La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

9. Correlación entre las agendas de los noticieros y las de sus televidentes

Una vez analizados los datos que muestran la existencia o no de transferencia de la agenda de los diarios a sus lectores, corresponde examinar en qué medida los noticieros fijan la agenda pública. En este punto, cabe señalar que, a diferencia del consumo de diarios, el de noticieros de televisión involucra, prácticamente, a la totalidad de la población entrevistada. En el momento del relevamiento de los datos, el 92% de los porteños miraba los noticieros por televisión. Del total de telespectadores de noticieros, el 36% miraba *Telenoche* y el 12% *Telefé Noticias*. El resto miraba otros noticieros, principalmente *TN* (27%), que se emite por señal de cable y pertenece al grupo *Clarín*, al igual que *Telenoche*.

Podemos ver en el Cuadro 7 las columnas de los porcentajes de noticias televisivas dedicadas a cada uno de los temas considerados como “problemas más importantes” y el rango de importancia relativa de dichos temas en cada uno de los noticieros analizados, según el mismo criterio utilizado en los cuadros anteriores. En este caso hay una total coincidencia entre las agendas del noticiero de canal 13 (*Telenoche*) y el de canal 11 (*Telefé Noticias*) respecto a la jerarquización de las noticias.¹⁷ Al igual que lo observado en los

¹⁷ En otras investigaciones realizadas en la Argentina se da la misma tendencia: el acuerdo de la agenda entre los diferentes medios, lo que muestra que hay valores de noticiabilidad muy semejantes, especialmente en los noticieros de televisión.

CUADRO 7
ANÁLISIS DE CONTENIDO
POR NOTICIEROS DE TELEVISIÓN ^a

| Problema más importante | % <i>Telenoche</i> Canal 13 | Rango | % <i>Telefé Noticias</i> Canal 11 | Rango |
|-------------------------|--------------------------------|-------|--------------------------------------|-------|
| Inseguridad | 27 28% | 1 | 43 41% | 1 |
| Inflación | 26 27% | 2 | 25 24% | 2 |
| Desocupación | 1 1% | 6 | 0 0% | 6 |
| Situación económica | 21 21% | 3 | 15 14% | 3 |
| Educación | 3 3% | 5 | 1 1% | 5 |
| Pobreza | 4 4% | 4 | 3 3% | 4 |
| Total | N=82 100% | | N=87 100% | |

^a Son 82 noticias de *Telenoche* (Canal 13) y 87 noticias de *Telefé Noticias* (Canal 11). Análisis desde el 1° al 27 de octubre de 2007.

diarios, la “inseguridad” ocupa el primer lugar; “la inflación”, el segundo y la “situación económica”, el tercero.

En los Cuadros 8 y 9 se muestra el resultado de las menciones de los televidentes de los dos noticieros analizados, tanto respecto de los temas de la agenda intrapersonal como de la interpersonal. El análisis de la agenda intrapersonal de los televidentes de *Telenoche* y *Telefé Noticias* muestra coincidencia al señalar a la “inseguridad” como el principal problema del país en los días previos a las elecciones presidenciales de 2007. Sin embargo, ambos públicos discrepan cuando se trata de otros temas. La “educación” ocupa el segundo lugar entre los problemas mencionados por los televidentes de *Telefé Noticias*, y el quinto entre los de *Telenoche*; la “situación económica” se ubica en cuarto lugar entre los espectadores de *Telefé Noticias* y en sexto entre los de *Telenoche*, por ejemplo. Es decir, que sucede algo similar a lo que se observara respecto de las agendas intrapersonales de los diarios.

CUADRO 8
 AGENDA INTRAPERSONAL DE LOS TELESPECTADORES
 SEGÚN NOTICIERO TELEVISIVO^a

| Problema más importante | Telespectadores <i>Telenoche</i> (C. 13) | Rango | Telespectadores <i>Telefé Noticias</i> (C. 11) | Rango |
|-------------------------|--|-------|--|-------|
| Inseguridad | 88 55,3 % | 1 | 38 51,3 % | 1 |
| Inflación | 15 9,4 % | 3.5 | 6 8,1 % | 4.5 |
| Desocupación | 15 9,4 % | 3.5 | 4 5,4 % | 6 |
| Situación económica | 9 5,6 % | 6 | 6 8,1 % | 4.5 |
| Educación | 14 8,8 % | 5 | 10 13,5 % | 2.5 |
| Pobreza | 18 11,3 % | 2 | 10 13,5 % | 2.5 |
| Total | N=159 100 % | | N=74 99 % | |

^a Son 159 telespectadores de *Telenoche*, Canal 13, y 74 telespectadores de *Telefé*, Canal 11 (1° al 27 de octubre de 2007).

Cuando se analiza la relación entre la agenda intrapersonal de los telespectadores de *Telenoche* y la agenda de este noticiero, se observa que la correlación es de escasa significación ($Rho +.377$), mientras que la que se registra entre la agenda intrapersonal de los telespectadores de *Telefé* y la agenda de ese noticiero es claramente más fuerte ($Rho +.500$) (ver *Tabla 5*). Esto permite afirmar que la influencia de *Telefé* en la percepción de sus espectadores respecto de los problemas más importantes es mayor que la que ejerce *Telenoche*; es decir, que *Telefé* ha fijado, en una medida de relativa magnitud, la agenda de su público.

Tabla 5

| | | |
|------------------------------------|---|--------|
| Correlaciones (Rho de Spearman) | Correlación agenda intrapersonal telespectadores Canal 13 - agenda Canal 13 (<i>Telenoche</i>) | + .377 |
| | Correlación agenda intrapersonal telespectadores Canal 11 - agenda Canal 11 (<i>Telefé Noticias</i>) | + .500 |

En el Cuadro 9 puede observarse que el rango de los temas de conversación –agenda interpersonal– de los televidentes de *Telenoche* es prácticamente igual al que surge de las menciones de los televidentes de *Telefé Noticias*. En ambas, la “inseguridad” es el principal tema de conversación, seguido por la “inflación”, la “situación económica” y la “educación”.

CUADRO 9
AGENDA INTERPERSONAL DE LOS TELESPECTADORES
SEGÚN NOTICIERO DE TELEVISIÓN^a

| Temas de conversación | Telespectadores <i>Telenoche</i> (C. 13) | Rango | Telespectadores <i>Telefé Noticias</i> (C. 11) | Rango |
|-----------------------|---|-------|---|-------|
| Inseguridad | 52 47,7 % | 1 | 30 50 % | 1 |
| Inflación | 21 19,2 % | 2 | 12 20 % | 2 |
| Desocupación | 9 8,2 % | 5 | 3 5 % | 5 |
| Situación económica | 11 10 % | 3 | 6 10 % | 4 |
| Educación | 10 9,2 % | 4 | 7 11,7 % | 3 |
| Pobreza | 6 5,5 % | 6 | 2 3,3 % | 6 |
| Total | N=109 100 % | | N=60 99 % | |

^a Son 109 telespectadores de *Telenoche*, Canal 13, y 60 telespectadores de *Telefé Noticias*, Canal 11 (1° al 27 de octubre de 2007).

Ahora bien, ¿existe relación entre la agenda interpersonal y la agenda de los noticieros de televisión? Como se puede ver en la *Tabla 6*, las correlaciones entre ambas agendas son importantes (Rho +.829 entre *Telenoche* y sus telespectadores y Rho +.714 entre *Telefé Noticias* y sus correspondientes telespectadores). En los dos casos se cumple la función de agenda de estos noticieros al transferir la relevancia de la agenda mediática a la agenda de los temas de conversación en su público televidente habitual. En ambos casos, la correlación entre la agenda interpersonal y la de los noticieros es claramente superior al promedio de los dos noticieros sumados (Rho +.600, *Tabla 2*).

Tabla 6

| | | |
|------------------------------------|--|---------------------|
| Correlaciones (Rho de Spearman) | Correlación agenda interpersonal telespectadores Canal 13 - agenda Canal 13 (<i>Telenoche</i>) | + .829 ^a |
| | Correlación agenda interpersonal telespectadores Canal 11 - agenda Canal 11 (<i>Telefé Noticias</i>). | + .714 |

^a. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

9. Reflexiones finales

El principal hallazgo de este estudio es la significativa correlación que se observa entre la agenda pública interpersonal y la agenda de los medios y, al mismo tiempo, la casi inexistente correlación entre la agenda pública intrapersonal y la agenda de diarios y noticieros.

En el período analizado, el público porteño conversaba sobre la inseguridad, la inflación y la educación, mientras que consideraba como problemas más importantes del país la inseguridad, la educación y la pobreza. En ese tiempo, la agenda de los medios fijaba como principales temas la inseguridad, la inflación y la situación económica. Es evidente que la inseguridad era el problema y el tema de conversación casi excluyente en el momento del análisis. Sin embargo, se dialogaba también sobre otro problema señalado

por los medios: la inflación. Este tema no sólo afectaba la economía personal de la población en ese momento, sino que evocaba en la gente la experiencia de las hiperinflaciones sufridas en nuestro país en los años 1989 y 1991.

No sucede lo mismo cuando se analizan las respuestas respecto del principal problema del país. En este caso, la gente menciona asuntos públicos relevantes, pero de los que no tiene, necesariamente, experiencia directa, tales como pobreza o desocupación, o política educativa. Es decir, que el público tiende a conversar sobre temas experienciales y a identificar como problemas del país a aquellos que pertenecen al plano del “deber ser social”.

Es importante señalar que la comunicación interpersonal juega un rol poco claro dentro de la teoría de la *agenda setting*. Tanto es así que McCombs calificó de “evasivo” su rol. Más recientemente, Wayne Wanta reflexiona al respecto diciendo que

los estudios acerca del rol de las comunicaciones interpersonales dentro del proceso de la *agenda setting* han producido resultados contradictorios. Varios autores han encontrado que la comunicación interpersonal refuerza o aumenta dichos efectos de agenda (McLeod y otros, 1974; Mullins, 1973); otros, que inhibe dichos efectos (Atwater y otros, 1985; Erbring y otros, 1980; Weaver, Auh, Stehla & Wilhoit, 1975) y otros, que no los afectan del todo (Hong & Shemer, 1976; Lasorsa & Wanta, 1990). Pocas condiciones contingentes en la *agenda setting* han atraído más la atención de parte de los investigadores con tan poco éxito acerca de los resultados.¹⁸

Parece, pues, que el rol de estas relaciones interpersonales todavía no está claro. Quizás algunos individuos usan a los medios para obtener información que les ayude en sus discusiones interpersonales, mientras que otros buscan información en los medios para resolver su incertidumbre respecto a lo que ellos experimentan en sus conversaciones.¹⁹

Nuestro estudio coincide con aquellos que afirman que la comu-

¹⁸ WANTA, Wayne: *The Public and The National Agenda*, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, 1997, pág.36.

¹⁹ *Ibidem*, pág.47.

nicación interpersonal refuerza o aumenta los efectos de agenda. De forma consistente, la agenda pública interpersonal muestra fuertes correlaciones con la agenda de los medios. Éstas son más significativas para los diarios que para la televisión.

Por otra parte, *Clarín* tiene correlaciones más fuertes con sus lectores que *La Nación* con los suyos. Si observamos la relación entre la agenda interpersonal de los telespectadores con cada uno de los noticieros que miran, hay resultados más significativos para *Telenoche* (Canal 13) que para *Telefe Noticias* (canal 11).

De este modo, los principales medios argentinos cumplirían ampliamente con la función de fijación de los temas de conversación y su prominencia sobre el público, pero no lo harían respecto de la agenda intrapersonal, como fuera verificado en una investigación realizada en Buenos Aires con motivo de las elecciones internas de 1998, en la que se probaba el efecto *agenda setting* intrapersonal.²⁰

Podemos concluir en que, con motivo de las elecciones presidenciales del 28 de octubre del 2007 en la Argentina, los medios informativos fijaron en las audiencias los temas de conversación.

²⁰ CASERMEIRO DE PERESON, A.: *Los medios en las elecciones*, ob. cit.