

# **ESTABLECIMIENTO DE LA AGENDA: UN ANÁLISIS LONGITUDINAL SOBRE LA INFLUENCIA DE LA PRENSA EN LOS BAROMETROS DEL CIS**

**Jaime Andréu Abela**  
Universidad de Granada.  
[jandreu@ugr.es](mailto:jandreu@ugr.es)

**RESUMEN.** Desde un punto de vista empírico, se puede apreciar la manifestación social de los problemas mediante la percepción que tengan de ellos los ciudadanos de una comunidad dada. Normalmente, el listado de problemas se establece a través de preguntas abiertas en las encuestas. En esta investigación se analizan las preguntas de todos los barómetros del CIS que contengan “los principales problemas que preocupan a los ciudadanos españoles a nivel personal y general” relacionadas con las noticias generadas en los medios de comunicación sobre esos problemas, ambas realidades, la opinión mediática y la opinión de los ciudadanos, y sus interacciones se relacionan a su vez con la realidad objetiva que muestran las estadísticas oficiales sobre dichos problemas. Todo esto se incluiría en un modelo analítico interactivo en un tiempo amplio, al que denominamos descodificación de la agenda, que abarca un periodo de 7 años.

**PALABRAS CLAVES.** Comunicación y Opinión Pública. Agenda-Setting. Análisis Longitudinal. Análisis Secundario de Datos.

**ABSTRACT.** From empirical point of view, it's possible to value the social manifestation of problems through the perception of the citizens of a given community about them. Normally, listing of problems is established through open questions in polls. In this research are discussed the questions of all the opinion surveys of the CIS containing "the major problems that concern to the Spanish citizens at personal level and general" related to the news generated in the media on these problems, both realities, the mass media opinion and the citizens opinion, and their interactions are related at the same time with the objective reality that show the official statistics on these problems. All this would be included in an interactive analytical model in a broad time, which we call agenda decoding and it covers a period of 7 years.

**KEY WORDS.** Communication and Public Opinion. Agenda-Setting. Longitudinal Analysis. Secondary Data Analysis.

**Recibido:** 7 de marzo 2008

**Aceptado:** 24 de abril 2008

## Introducción

Desde comienzos de los noventa vengo trabajando casi ininterrumpidamente sobre la influencia de los medios de comunicación en las encuestas de opinión a lo largo del tiempo. En mis primeras investigaciones conseguí tener datos homogéneos e intercambiables durante el periodo 1991-1993. Los avances informáticos y estadísticos del momento permitieron realizar algunos análisis de tendencia que consiguieron contrastar algunas hipótesis que más adelante he ido verificando con teorías y la revisión de un amplio número de investigaciones realizadas en el ámbito de las ciencias sociales sobre esta temática tanto en España como fuera de ella.

No obstante, la inmensa mayoría de estas investigaciones se realizan en espacios cortos de tiempo, lo cual nos muestra sólo una parte de la relación entre el medio y el público. La mayoría de los investigadores de esta línea de trabajo ven la necesidad de estudios acumulativos y longitudinales para comprobar mejor sus hipótesis y distinguir los hechos “anecdóticos” y “fortuitos” de los “duraderos”.

Agradezco al Centro de Investigaciones Sociológicas haberme dado la oportunidad de dedicarme durante un año a trabajar con su Banco de Datos de Encuestas, el cual considero una importante herramienta para que los investigadores sociales podamos contrastar nuestras teorías y situarlas en el tiempo, de tal forma que podamos apreciar mucho mejor los cambios que se van produciendo, con lo cual se consigue una mayor robustez de nuestras aseveraciones. Otro factor que considero muy importante es el trabajo con datos secundarios, del cual soy un defensor entusiasta, porque permite mejorar la validación o complementación de nuestros resultados por parte de otros investigadores lo cual da una mayor credibilidad a nuestras afirmaciones.

El momento de realizar esta investigación también ha sido el oportuno, ya que mis trabajos iniciales sobre esta temática se realizaron durante una coyuntura de crisis, con lo cual el contexto social cambia respecto a una nueva investigación que se caracteriza en torno a una situación de crecimiento económico sin parangón en la historia reciente de nuestro país, por dar sólo un dato, nos hemos convertido en un país que ha pasado de ser emisor de emigrantes a receptor de inmigrantes. Esto en una investigación que intentan comprobar y ampliar resultados anteriores es muy importante. Por otro lado, las herramientas estadísticas e informáticas permiten realizar trabajos con una flexibilidad y profundización impensable en el momento en que comencé a trabajar con esas herramientas, que además ya han sido lo suficientemente probadas en numerosas investigaciones, particularidad que nos permite asegurar también su confiabilidad. Por último, el número de casos que hemos extraído del Banco de Datos del CIS nos permite realizar análisis longitudinales causales entre variables. Los avances de Internet también mejoran el acceso a otros datos objetivos o subjetivos que optimizan necesariamente el conocimiento sobre la influencia de los medios en el establecimiento de la agenda de los principales problemas de los ciudadanos.

## Marco teórico sobre el establecimiento de la Agenda.

Toda investigación sociológica debe estar sujeta a un “marco teórico y aplicado de referencia” desde donde parten las hipótesis de trabajo y donde volveremos realizados los análisis para validar los resultados. Nuestro marco teórico se inscribe dentro de una línea muy importante de trabajo denominada teoría de la agenda o agenda-setting<sup>1</sup> donde el autor de este artículo se encuentra trabajando desde hace dieciocho años. La teoría de agenda-setting estudia la influencia de los medios de comunicación sobre sus lectores, dicho de otra manera: analizaría las relaciones entre los principales temas que aparecen en los medio de comunicación – agenda mediática- y los temas que más preocupan a los ciudadanos –agenda pública-. Por lo tanto, esta teoría da por sentado que hay una cierta influencia de los medios de comunicación sobre los temas que consideran importantes sus audiencias.

Estas teorías no son nuevas en el ámbito de la sociología y más concretamente en los estudios sobre comunicación y formación de la opinión pública, ya en el primer cuarto del siglo pasado Walter Lippman (2003 p. 25-44) señalaba que los medios de comunicación son la fuente principal de creación de imágenes en nuestras mentes y Robert Park (1922) sociólogo de Chicago, nos indicaba la capacidad de selección de los medios de comunicación cuando establecen un orden de preferencias sobre los temas más apropiados para publicar (Berganza, 2000). Harold Lasswell en sus estudios sobre persuasión y propaganda (1927, 1985) encuentra una relación causal entre medios de comunicación y audiencia donde las reacciones comportamientos y actitudes de esta última eran efectos de las emisiones de los primeros.

A partir de los años cuarenta algunos teóricos e investigadores de esta línea de trabajo (Lazarsfeld, Berelson, y Gaudet H, 1948) introducen una serie de limitaciones sobre la influencia de los medios de comunicación en la audiencia, otorgándole una capacidad igual y en algunos casos menor que la de otros agentes sociales. Katz y Lazarsfeld (1979) consideraron como muy importante otra serie de factores de intervención entre los medios y la audiencia. Entre ellos figuran la exposición de las personas a los diversos medios, el contenido de las comunicaciones y su retórica, el potencial persuasivo de cada medio y las actitudes y predisposiciones previas de cada sujeto. Lazarsfeld y Merton (1964) introducen la importancia de la presión que desempeñan los grupos empresariales o fuentes de poder para que la selección de ciertos temas sean más propicios para publicarse o aparecer de forma destacada. En definitiva se reconoce que los medios de comunicación no son los únicos que influyen sobre su audiencia pero se mantiene como uno de los factores más influyentes en la creación de corrientes de opinión en sus audiencias, así Wright Mills (1956) introduce en la discusión el factor de orientación de los medios, es decir, los medios de comunicación no sólo informan, forman o distraen a las audiencias sino que indican u orientan nuestra forma de actuar. Toda esta corriente de pensamiento la podríamos sintetizar en la famosa frase

---

<sup>1</sup> Anglicismo con el cual se viene a denominar esta teoría que se podría traducir como teoría del establecimiento de la agenda

de Bernard Cohen (1963, p. 13) “La prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente que tiene qué pensar pero si lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tiene que pensar” y que impulsará una importante línea de investigación empírica que llega a nuestros días con un ímpetu pocas veces vistos en ciencias sociales.

A principios de los años setenta del siglo pasado Maxwell McCombs y Donald Shaw (1972) publicaron un primer planteamiento de la función de la Agenda Setting de los medios de comunicación, lo que se ha venido en denominar “primer nivel de análisis de agenda” que se concentra en los temas que aparecen en los medios, su hipótesis fundamental es que los medios nos dicen sobre qué pensar.

McCombs y Shaw (1972) realizaron las primeras comprobaciones empíricas de esta teoría a través de un estudio realizado durante la campaña electoral presidencial de 1968 en Estados Unidos. Este estudio consistió, por una parte, en un análisis de contenido de diarios, revistas de información general y dos cadenas de televisión con el fin de observar la cobertura que estos medios hicieron de la campaña electoral en Chapel Hill (Carolina del Norte). De esta forma, constituyeron la agenda de los medios de comunicación, es decir, la relación de los temas que tuvieron más importancia en los medios de comunicación. Por otra parte, aplicaron una encuesta a los habitantes de la ciudad de la que obtuvieron la agenda de los ciudadanos, es decir, las cuestiones que los ciudadanos consideraron más importantes.

El análisis permitió constatar la existencia de una importante coincidencia entre los temas que los medios consideran importantes y los temas que los ciudadanos consideraban importantes (Andréu, 2007). De esta manera, McCombs y Shaw concluyeron que los medios establecen la agenda del público, pues consiguen transferir a éste la jerarquía de los temas.

Los investigadores de la agenda-setting en su primer nivel de análisis constatan tres aspectos sobre el impacto directo aunque no inmediato de los medios de comunicación sobre la audiencia.

En primer lugar, la influencia de los medios de comunicación se verifica en el hecho de que los ciudadanos llegan a formarse un juicio personal sobre lo que es importante públicamente, como resultado de la mayor o menor presencia de determinados asuntos y personalidades en los medios informativos. Es decir, sólo parece real lo que se legitima mediáticamente, el resto de la realidad no lo es.

El segundo aspecto se refiere a la forma de jerarquizar los acontecimientos o los temas públicos importantes, por parte de un sujeto, que es similar a la valoración que operan los medios de comunicación sobre los problemas, pero sólo si la agenda de estos medios es valorada en un largo período de tiempo, como un efecto acumulativo. (Shaw, 1979, p. 102).

El último aspecto se refiere a la capacidad de los medios para estructurar y organizar nuestro propio mundo a través de la práctica diaria de la estructuración de la realidad local. De los cientos de noticias que llegan a los grandes medios, sólo una mínima parte del porcentaje correspondiente al ámbito local llega a ser realmente noticia en ese medio de gran difusión y todavía una menor cantidad de esos acontecimientos son observados directamente por los periodistas.

De esta manera el campo de interés de la audiencia local no encuentra una sintonía con la agenda del medio de tirada nacional. La prensa local ha venido a cubrir ese hueco de expectativas que salía fuera de la agenda temática de los grandes medios. Así los intereses informativos del público local se han visto satisfechos, puesto que las dimensiones informativas anteriores le provocaban distanciamiento y lejanía respecto a su realidad inmediata. Como resultado, los medios locales han asumido el cometido de transferir la relevancia de las noticias locales en su agenda a la de la sociedad específica que surten informativamente. De esta manera, a través de la práctica diaria sobre la estructuración de la realidad local, los medios influyen en la agenda de interés de su audiencia (Andréu, 2008).

En 1995, McCombs y Evatt dieron un paso más en la teoría de la agenda-setting, planteando que los medios no sólo consiguen transferir la prioridad que otorgan a los temas, sino que también consiguen transferir la prioridad que otorgan a las características o atributos de esos temas, esto es lo que se ha venido en denominar segundo nivel de análisis de la agenda-setting. Es decir, ya no sólo se parte de la hipótesis de que los medios nos dicen **sobre qué pensar**, sino que nos dicen también **qué pensar**.

Este segundo nivel de análisis sobre la agenda-setting destaca, sobre todo, que cuando un periodista informa sobre un hecho le es inevitable usar palabras cargadas de matices y tonos que no indican precisamente neutralidad en los temas a las que denominaremos “aspectos” o “atributos”. Estas palabras cargadas de opinión, denominadas atributos también influyen en la percepción de los individuos sobre los acontecimientos del momento. Este segundo nivel de análisis sobrepasa el simple conocimiento de los aspectos más importantes, puesto que considera que los medios son los contextualizadores de la realidad ya que la encuadran dentro de la situación que ellos plantean, pudiendo llegar a condicionar o modificar lo que la gente piensa.

## Metodología

Siguiendo a Rodríguez Díaz (2004 p. 43 y s.) se pueden diferenciar tres tipos de metodologías o fases en los procesos analíticos sobre la agenda-setting:

1/ Si lo que se pretende medir o conocer es la agenda de los medios de comunicación, se hace un análisis de contenido de los medios, ya sea de programa de televisión o prensa.

2/ Si lo que se quiere conocer es la agenda de la audiencia, se pasa una encuesta al público con preguntas que hacen referencia al objeto de estudio, al mismo tiempo que se realiza un análisis de contenido en determinados medios seleccionados.

3) En tercer lugar estaría el factor tiempo que conlleva el estudio temporal de aparición o demora de uno o varios temas de la agenda de los medios en la agenda pública. Para poder observar esto es necesario que en la metodología se empleen series temporales o longitudinales, ejemplos de este tipo de estudios son los trabajos de Jaime Andréu (1998b, 2007) donde se analizan las tendencias y las

relaciones de 27 y 76 series de temas entre la agenda de los medios y la agenda pública.

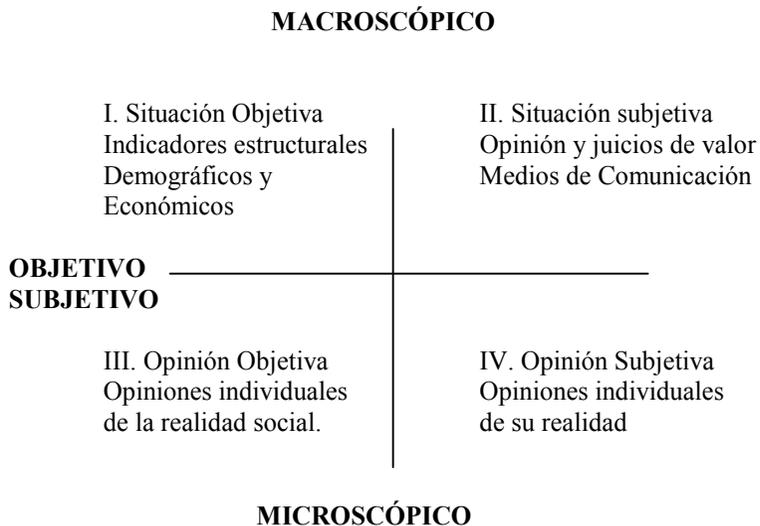
Una vez que se han fijado los objetivos de la investigación y se diseñan la o las variables sobre las que se quiere trabajar, se pasa a la fase de cuantificación de los contenidos de las agendas, que servirán para contrastar las agendas de los medios con la del público y ver su grado de influencia.

### **Los antecedentes de este estudio: Los españoles opinión, sobre sí mismo, España y el Mundo**

Son muchos las investigaciones que han derivado hacia una perspectiva psicológica de la agenda-setting, buscando efectos y consecuencias cognitivas, actitudinales y conductuales. Nosotros en 1993 decidimos trabajar desde una perspectiva psico-social sociológica la influencia de los medios de comunicación y también los hechos y acontecimientos sociales (contexto social) sobre la formación de la opinión de los españoles de la situación de su país.

Figura 1.

*Modelo Analítico relación indicadores de situación indicadores de opinión*



Fuente: La opinión de los españoles sobre sí mismo, España y el Mundo (Andréu, 1998 b)

En nuestra investigación sobre la opinión de los españoles sobre sí mismo, España y el Mundo (Andréu, 1996, 1998b, 2001) investigamos la coyuntura crítica del trienio 1991/93 en la que nos preguntamos sobre porqué se producen

determinados cambios de opiniones sobre la realidad social española y cómo pueden influir sobre ésta los medios de comunicación de masas. Para ello construimos un modelo analítico donde relacionamos la opinión de la situación personal de los españoles, la opinión de éstos sobre España (recogidas en las encuestas CIRES), la opinión de los medios de comunicación sobre esta realidad a través del análisis de contenido de prensa y, por último, la realidad que transmiten las estadísticas oficiales.

En el eje central de esta investigación se situaban las Escalas de Cantril (encuestas CIRES) que trataban de medir las opiniones de los españoles sobre su situación personal, la de España y el Mundo, en el presente, pasado y futuro.

La opinión de los ciudadanos sobre indicadores objetivos personales, nacionales y mundiales también son tomados de las encuestas del CIRES. Concretamente a nivel personal se toman respuestas relacionadas con los aspectos que más les preocupaban sobre su vida personal, como su vida afectiva, el dinero, la armonía de las relaciones con su familia, su salud, ... sobre los objetivos que creían los encuestados más importante para nuestro país, las repuestas analizadas estaban relacionadas, con la lucha contra las drogas, la reducción del paro, lucha contra el terrorismo, frenar la subida de precios, lucha contra la corrupción, garantizar la seguridad..., en cuanto a los objetivos mundiales más importantes para los encuestados se manifestaban las siguientes respuestas, reducción de las diferencias entre los países, proteger el medio ambiente, frenar la emigración de los países pobres a ricos, garantizar las democracias en todos los países, luchar contra la pobreza en cualquier parte, luchar contra el narcotráfico y el terrorismo internacional.... Se establecieron una serie de análisis estadísticos multivariantes y se trató de averiguar, cuales son los aspectos que más influían en las puntuaciones otorgadas por los encuestados en las escalas de Cantril (Andréu, 1998b pp. 222-234)

Para conocer la influencia de los medios de comunicación de prensa sobre las escalas de Cantril, se realizó en primer lugar un análisis de contenido de prensa de todo el periodo estudiado construyéndose un libro de códigos que permitía clasificar y cuantificar las noticias más importantes y relacionarlas a través de análisis estadísticos con la valoración de los españoles sobre las diferentes dimensiones temporales de su realidad y la de su entorno social. (Andréu, 1998b pp, 211-222)

Por último, los indicadores objetivos estadísticos, paro (EPA), precios (IPC), Tasa de crecimiento de la población, emigración..., se relacionaron estadísticamente y se analizaron las influencias sobre las evaluaciones de los españoles en las escalas de Cantril. (Andréu, 1998b pp. 207-211)

Los resultados de estos análisis nos mostraron un nivel alto de influencia de los indicadores objetivos, fundamentalmente los factores económicos, una baja influencia de los medios de comunicación, y una influencia media de las preocupaciones sociales y personales sobre la evaluación que hacen los españoles de su situación en aquéllos años.

No obstante, a pesar de la diferencias entre los indicadores objetivos (datos estadísticos) y los indicadores subjetivos de los medios (noticias sobre esos datos), si apreciamos unas ciertas correlaciones entre los medios de comunicación y la

valoración de los españoles sobre España, en titulares sobre terrorismo, política Institucional, crisis económica y sucesos. Y también se detectaron diferencias entre los cuatro agentes analizados en aquellos momentos: País, Mundo, ABC y Diario 16.

Tabla 1.  
*Tipología política española por periódicos*

Titulares España-Política	El País		ABC		El Mundo		Diario 16		Total
Función Institucional	48	8,9%	62	12,7%	33	4,9%	59	8,4%	202
Debate Partidista	137	25,5%	133	27,2%	146	21,6%	151	21,5%	567
Crisis de Poderes	94	17,5%	84	17,2%	119	17,6%	136	19,3%	433
Conflictos externos	38	7,1%	29	5,9%	69	10,2%	63	9,0%	199

Fuente: Análisis de Contenido portada de periódicos. 1991/1993. En Andréu, J (1998b), Los Españoles opinión sobre sí mismo, España y el Mundo. Ed. U. Granada. P. 138.

En la tabla 1 se muestran los resultados generales de los análisis de contenido de prensa sobre titulares de política española, donde se ofrecía un verdadero parlamento de papel para los políticos y demás agentes sociales que querían intervenir en el debate político, inclusive los propios medios de comunicación analizados. El debate partidista, tal como se había categorizado en nuestra tesis, representaba el 23,6% de los titulares analizados. Las portadas de los periódicos intentaban atraer la prolongación de la vida política fuera del parlamento, de los partidos, y de los propios resultados electorales.

Por periódicos, el ABC y el País, eran las cabeceras con un mayor número de titulares sobre debate partidista, tomando parte activa en un sentido u otro. Claramente el ABC en muchos de sus titulares tomaba partido y ejercía la oposición al gobierno y al partido que lo sustentaba en esos momentos, en el otro sentido, el País ejercía su defensa informando exclusivamente con sus propuestas.

Muy cercana a la categoría anterior se encontraba la corrupción y el escándalo político con un 22,7% de titulares, que ofrecía una visión muy negativa de la acción política, pudiendo generar un verdadero estado de ansiedad, impotencia, e incertidumbre....., y demás circunstancias emocionales en las que los sujetos generan actitudes contrarias y de inseguridad respecto a las instituciones políticas que sustentan el estado democrático y de derecho y, que posiblemente, les llevaba a posicionarse en una actitud bastante negativa sobre el presente y el futuro de la nación, sobre todo si estas circunstancias eran reiterativas en los medios, como ocurría en el periodo analizado en aquél trabajo.

El Mundo fue el periódico que, a través de sus portadas, llamó más la atención sobre la corrupción y el escándalo político, con un porcentaje del 31% de espacio en la primera página. Dos fueron los factores básicos que pudimos intuir por lo que se produjo ese dato, el primero se refería al espacio público que intentaba ocupar, basado en un periodismo de investigación y de opinión a través de la

profundización de la noticia, el segundo, se asentaba en su línea editorial, caracterizada por la oposición al gobierno como un actor más del juego político. El Diario 16 sería el segundo periódico que dedicaba más espacio a este tema en su portada, con un 22% de titulares, las razones pudieran ser las mismas que las aducidas anteriormente pero matizadas con la línea política de este periódico más progresista y con un cierto intento de regeneración del poder político desde una ética de izquierda. De cualquier forma, ambos periódicos se caracterizaron en esa época por destacar numerosos casos de corrupción o de tráfico de influencias en sus cabeceras.

A pesar del intenso número de titulares de los temas expuesto en los análisis respecto a la valoración de España, ambas temáticas no consiguieron correlacionar con las valoraciones que emitían en esos momentos los españoles sobre la situación de su país. Los datos objetivos sobre hechos basados en la información más que en la opinión fueron los que consiguieron más correlaciones. Las noticias sobre crisis económicas (Corr. P. -.652), contrastadas con numerosos indicadores objetivos de fuentes estadísticas alcanzaron las máximas correlaciones, seguidas de los sucesos (Corr. P. -.624). A más noticias de crisis económicas o sucesos catastróficos menos valoración a la situación española. Las noticias sobre terrorismo también consiguen correlacionar con las valoraciones sobre España (0,392) levemente positiva, ya que en aquél periodo 1991/1993 se caracterizó por un mayor número de noticias positivas que negativas, la detención de la dirección etarra en Bidar provocó un estado de euforia generalizado en la opinión pública, con un cierto sentimiento de que el terrorismo podía ser desarticulado. Aunque se sucedieron en los siguientes meses numerosas noticias positivas sobre terrorismo, por otro lado, se detectaban en numerosas portadas el apoyo casi inquebrantable de su entorno radical (KAS, HB..) en la continuación de la lucha armada. Por último, en nuestro estudio hallamos otra correlación débil en el funcionamiento normalizado de las instituciones políticas (.323) es decir, a pesar de la cantidad de noticias sobre escándalos, corrupción, crisis y crispación política, parece como que en el subconsciente social se va produciendo un cierto hastío o cansancio sobre este tipo de noticias, volviéndose poco a poco la mirada de la opinión pública hacia noticias fundamentalmente de pura información.

En definitiva, en términos de agenda-setting detectamos una mayor influencia de la agenda de los medios sobre la opinión pública en noticias de información que en las noticias puramente de opinión o investigación, al menos, en distancias temporales más o menos largas, -nuestro estudio fue de tres años -, esto podría ampliar la teoría de la agenda cuando se indaga en niveles que no sean puramente electorales o en momentos puntuales. No obstante, de momento se trata de una de las hipótesis que hemos tratado de comprobar en la investigación realizada para el CIS el año pasado, ya que la relación de medios de comunicación en el estudio que acabamos de describir se focalizaba en un solo problema, “la situación de España”.

No obstante, otras investigaciones paralelas que se van haciendo pueden validar nuestra hipótesis o al menos asegurar que vamos por un sendero correcto en la profundización y el análisis de la agenda en espacios de tiempos temporales más o

menos largos, intentando saber algo más sobre cuáles son los mecanismos que van generando el establecimiento de la agenda y si los efectos que producen son más o menos duraderos o duran el tiempo que permanece la noticia, aún con intentos claros y consciente de que esas noticias se mantengan en el tiempo por parte de los diferentes actores, agencias y público.

## **La metodología seguida en este estudio**

Desde el punto de vista empírico, se puede apreciar la manifestación social de los problemas mediante la percepción que tengan de ellos los ciudadanos de una comunidad dada. Normalmente, el listado de problemas se establece a través de preguntas abiertas en las encuestas. En esta investigación se analizan las preguntas de todos los barómetros del CIS que contengan “los principales problemas que preocupan a los ciudadanos españoles a nivel personal y general” relacionadas con las noticias generadas en los medios de comunicación sobre esos problemas, ambas realidades, la opinión mediática y la opinión de los ciudadanos, y sus interacciones se relacionan a su vez con la realidad objetiva que muestren las estadísticas oficiales sobre dichos problemas. Todo esto se incluiría en el modelo analítico interactivo en un tiempo amplio, que abarca un periodo de 7 años, prácticamente las dos últimas legislaturas. Ésta es sin lugar a duda la importante aportación de esta investigación, que no ha sido abordada con esta amplitud en nuestro país, y que básicamente se concreta en tratar de analizar longitudinalmente la opinión de los españoles sobre los principales problemas sociales, intentando conocer las influencias objetivas y mediáticas que han ido generando los diferentes climas de opinión, analizando y contextualizando dichas opiniones en las diversas coyunturas cíclicas de nuestro ya adulto sistema democrática. Creo que las bases de datos acumuladas del CIS permiten sin lugar a dudas emprender en estos momentos un estudio de este calibre, del cual paso a exponer a continuación sus elementos metodológicos.

En primer lugar, establecemos varias hipótesis algunas de ellas confirmadas en momentos puntuales o procesos electorales en cortos espacios de tiempo, dentro de la corriente de investigaciones empíricas de la agenda-setting. En esta investigación debido a la importante cantidad de información obtenida en un espacio de tiempo amplio, pretendemos conocer las respuestas generadas por los ciudadanos en condiciones distintas, así como, profundizar en el conocimiento de los emisores de los mensajes. Por lo tanto, esta investigación no sólo indaga sobre el receptor, sino también sobre el emisor de los mensajes y todo ello dentro de un contexto temporal y circunstancial del cual estaremos atentos a su realidad objetiva.

Hipótesis 1: ¿Influyen los medios de comunicación sobre la opinión de los problemas sociales en espacios temporales amplios?

Hipótesis 2: ¿Hay diferencias entre los distintos medios de comunicación y las influencias que esos medios generaron en los diferentes cambios de opinión?.

Hipótesis 3: ¿Cuales son los atributos de los medios más influyentes?.

Las técnicas aplicadas en este estudio para responder a esas hipótesis han sido ampliamente utilizadas, debatidas, y publicadas en investigaciones anteriores (Andréu, 1995a, 1995b, 1996, 1998a, 1998b, 2001, 2002, 2003a, 2004a, 2005a,

2005b, 2006). En este trabajo se han utilizado las técnicas analítica permitidas por los datos y los recursos en los tratamiento de series temporales de varios programas de análisis estadístico. Una de las innovaciones de este estudio ha sido la utilización de técnicas analíticas donde hemos llegado a un segundo nivel de análisis textual del contenido latente de los análisis esgrimidos.

Las fases analíticas que hemos realizado son los siguientes: 1/ constitución de las series temporales de los problemas sociales de barómetros del CIS, 2/ creación de series temporales del diario el País y el Mundo mediante técnicas de análisis de contenido, 3/ análisis de series temporales con el objetivo de conocer la influencia de la prensa sobre las respuestas en las encuestas del CIS, 4/ análisis textual de los titulares más significativos o influyentes.

## **Series Temporales Barómetros de CIS**

De los datos suministrados por el CIS para mantener al máximo la homogeneidad de las series (sin casos vacíos o missing), se utilizaron los Barómetros desde Septiembre del 2000 hasta Julio de 2007, son exactamente 76<sup>2</sup> de casos repartidos en 7 periodos o cursos políticos desde Septiembre hasta Julio.

No se tienen en cuenta por lo tanto, todos los barómetros anteriores a Septiembre de 2000 que se habían incluido en el proyecto inicial presentado al CIS. Los anteriores a mayo de 1985, porque las preguntas no son redactadas con el mismo formato, sólo se les da la posibilidad de indicar dos problemas. A partir de esa fecha y hasta Abril sólo aparecen los problemas principales que existen en España. En los barómetros de Octubre de 1997, Julio 1998 y Marzo 1999 sí aparecen tanto los principales problemas de España como los personales pero se decide finalmente no contar con ellos debido a que son meses en años sueltos, lo cual crea casos vacíos que dificultan el análisis de las series temporales.

## **Análisis de contenido**

Cómo unidades de análisis de los problemas reflejados en la prensa se seleccionaron los titulares de portadas que ofrecen unidades textuales fáciles de procesar, que valen como indicadores de los mensajes seleccionados por la dirección del periódico, metodología empleada anteriormente en el trabajo sobre “los españoles opinión sobre sí mismo, España, y el Mundo” (Andreu, 1996, 1998b, 2001). A través de los titulares surge la información que se pretende inculcar. Los consejos de redacción de los periódicos eligen los titulares que han de salir en primera página. La portada es un dictamen de la actualidad que los responsable de los medios utilizan como reclamo de la audiencia.

Por tanto, el titular muestra una opinión subjetiva de la situación social basada en el reino de la actualidad. Aunque se intente distinguir la información de la opinión, las redacciones de los periódicos se ven obligados constantemente a elegir – según su propio criterio- entre las numerosas noticias llegadas al periódico a través

---

<sup>2</sup> En Octubre de 2001 no hubo Barómetro

de las agencias, declaraciones, entrevistas, reportajes..., muchas de estas noticias dejan de ser actualidad por no ser asumidas por los mecanismos de selección de los medios de comunicación. Por ello, la selección de los titulares de portadas, formulados como noticias objetivas, muestran la opinión del equipo directivo con más eficacia que la propia editorial.

Cabe destacar y reconocer el papel inductor de los titulares de periódicos como noticias de referencia hacia los otros medios de comunicación, con lo cual alcanzan mucha más difusión de la expresada en los recuentos oficiales. Los medios audiovisuales utilizan las noticias de portada como unidades resumidas y jerarquizadas de la actualidad, extendiéndolas hasta los rincones recónditos del territorio nacional. Los nuevos medios de comunicación informatizados también expanden estas noticias de forma que pueden ser rápidamente recogidas en cualquier punto del planeta. Con lo cual, un titular de prensa puede dar la vuelta al mundo nada más ser escogida por el consejo de redacción de un periódico.

La elección del País y el Mundo para la conformación de las series de titulares sobre problemas sociales se justifica por varias razones, la primera más técnica, es porque se cuenta en los dos casos con las hemerotecas completas del periodo de estudio 2000-2007, además de ser dos periódicos de alta difusión, otra más sustantiva, se demuestra en diversos estudios, y en el nuestro del periodo de 1991/1993, donde ambos periódicos jugaron un papel ideológico diferente en el denominado "parlamento de papel" (1998b). Otra de las razones es que son los periódicos con mayor difusión en el periodo estudiado. Por último, otra cuestión muy importante a nivel técnico, es que tanto el País como el Mundo, pueden ser consultados en Internet en la versión en papel (PDF) de la portada donde se seleccionan los tres titulares principales del día durante todo el periodo estudiado. También es posible consultar una ampliación del titular en Internet, en muchas ocasiones clave para poderlos contextualizar.

Una vez elegidos los periódicos para analizar decidimos seleccionar los tres titulares principales de la primera página, para homogeneizar esta serie con los Barómetros del CIS, donde se les pregunta a los encuestados por tres problemas. Además ya en trabajos anteriores comprobamos (1998b, 2001) que no se podía elegir un solo titular porque en muchas ocasiones en los periódicos de mayor difusión en España se suelen colocar como primer titular noticias de carácter local o deportivas, etc... dejando para el segundo o tercer titular la noticia de carácter nacional o internacional sobre sucesos o acontecimientos sociopolíticos.

Por todas estas razones, nuestras unidades de análisis han sido los tres titulares principales de las portadas del País y el Mundo en formato papel. Para las unidades de muestreo se han utilizado dichos periódicos durante el periodo septiembre de 2000- julio 2007<sup>3</sup>, eliminando los meses de Agosto de cada año, en los cuales no se realizaron encuestas. Las unidades de contexto han sido la portada en papel del periódico, así como la ampliación de la noticia que se encuentra en las hemerotecas disponible en Internet del País y el Mundo.

---

<sup>3</sup> Al igual que en la serie anterior se elimina el mes de octubre de 2001 porque no tenemos datos de ese barómetro.

En cuanto a la fiabilidad y validez de los análisis previstos se establecieron técnicas de consistencia y doble codificación utilizadas en varias investigaciones, y expuestas exhaustivamente en Andréu (1998b), (2001), (2007) (2008).

Los dos codificadores codificaron ambos periódicos utilizando como libro de códigos los problemas indicados en los barómetros del CIS, se le dieron instrucciones precisas sobre la selección del titular primero, segundo y tercero.

Una vez examinada las primeras páginas con sus titulares, tipografías, realces, etc... se establecieron una serie de normas para establecer un sistema de clasificación de los titulares de portadas de los dos periódicos analizados, siguiendo el siguiente esquema.

- La valoración de la noticia más importante se realizó mediante el número de columnas del titular relacionado, el cuerpo que se utiliza para ello (grosor) y el tipo de letra elegida para el titular (realce).
- La graduación descendente de las noticias de arriba abajo y de izquierda a derecha.
- La variedad de acompañamiento, sumarios, ladillos, fotos, recuadros, etc...

Por otro lado, se les dio instrucciones precisas para que sólo tuvieran en cuenta el contenido manifiesto de los texto y nunca entrarán en la valoración del contenido latente del texto, que se realizaría en otra fase del análisis y mediante la ayuda de programas informáticos de análisis textual y asociación de palabras. Se realizó una primera pre-codificación de seis meses por ambos codificadores en los dos periódicos y se alcanzó un 82% en el País y un 77% en el Mundo de concordancia en el contenido<sup>4</sup>. Las discrepancias que se encontraron se produjeron fundamentalmente porque un titular podía pertenecer a varios códigos, por ejemplo, una noticia se codificaba como gobierno y desastre del Prestige. Teníamos varias soluciones disponibles para alcanzar un mayor grado de concordancias, por ejemplo, reduciendo el número de códigos del libro inicial de problemas sociales, para alcanzar más exhaustividad y exclusividad entre códigos, no obstante, perderíamos nivel comparativo con la serie de las encuestas y, sobre todo, con los problemas originales que habían indicado los entrevistados sin agrupaciones posteriores. Por lo cual, decidimos en el caso de las discrepancias por la doble posibilidad de codificación de un titular, se codificará el titular atendiendo a la siguiente pregunta, ¿cuál es el problema sujeto de la acción?, con lo cual, mejoramos en mucho el nivel de discrepancias en la codificación final de todos los titulares, alcanzando una concordancia entre ambos codificadores del 92% en el Mundo y del 96% en el País.

## **Análisis de series temporales**

Cómo dije antes tenemos suficientes casos para emplear modelos Arima en los análisis de las series temporales (SPSS Inc, 2005). El objetivo fundamental de estos análisis sería ir más allá del puro análisis descriptivo de los ciclos y comprobar

---

<sup>4</sup> Las discrepancias en la selección del titular comprobadas mediante el coeficiente Kappa fueron mínimas, por lo cual se dio como bueno el sistema de selección del titular.

las posibles influencias entre las variables utilizadas en los diferentes niveles analíticos previa evidente estandarización de los datos.

La metodología Box-Jenkins (1994) requiere que las series temporales que estamos analizando cumplan unas hipótesis de partida denominadas condiciones de estacionalidad. Estas hipótesis son tres:

- Promedio constante.
- Varianza constante.
- Estructura de autocorrelaciones constante.

La clave de la posibilidad de aplicar los modelos Box-Jenkins estriba en que las series temporales observadas cumplan estas condiciones o, si no es así, lograr su transformación en otra que si lo haga. Este proceso de transformación adquiere por lo tanto una importancia vital en nuestros análisis.

La evolución de nuestras series originales nos demostraba que no cumplía las dos primeras condiciones de estacionalidad. Si representábamos gráficamente las evoluciones de los índices y dividíamos las series en varios periodos podíamos observar que los promedios y las varianzas eran diferentes en cada uno de ellos. Hay periodos de tiempo que mostraban porcentajes promedios, en general, más elevados y otros más bajos. Además había mucha variabilidad en los más altos.

Este incumplimiento de las dos primeras hipótesis obligaba a una transformación de las series originales. La metodología Box-Jenkins propone como solución la diferenciación sucesiva de la serie. Realizando una diferenciación de primer orden se obtiene una serie de incrementos ( $PM=PM-PM-1$ ) que sí parece tener promedio constante, pero no elude el problema de la varianza. Surge entonces la idea de realizar incrementos relativos o porcentuales en los porcentajes medios de las series  $(PM/PM-1) \times 100$ . De esta manera, la serie obtenida sí cumplía las dos hipótesis de promedio y varianza constante.

El cálculo de las estimaciones de los modelos Arimas se realizaron mediante el filtro de Kalman (Gardner, 1985, Pena y otros, 2001), que es un conjunto de ecuaciones matemáticas que proveen una solución recursiva eficiente del método de mínimos cuadrados. Esta solución permite calcular un estimador lineal, insesgado y óptimo del estado de un proceso en cada momento del tiempo con base en la información disponible en el momento  $t-1$ , y actualizar con la información adicional disponible en el momento  $t$ , dichas estimaciones. Este filtro es el principal algoritmo para estimar sistemas dinámicos como las series que hemos analizado.

## **Análisis Textual de los Titulares**

Hemos seguido dos metodologías diferentes de análisis textual de asociación de palabras claves, el análisis de co-ocurrencias mediante el cálculo de los índices de Jaccard, Dice y Ochiai (método Coseno) y el de co-palabras mediante el método Sammon (Lancia, 2001, 2004, 2005).

El sistema de asociación de palabras se ha realizado mediante el método de clasificación de las unidades lexicales del corpus que se asocian con más frecuencia (co-ocurrencias). La selección se ha realizado por el cálculo de un índice de asociación (Coseno, Dice, Jaccard). Los índices de asociación (o de similitud) se

utilizan para analizar las co-ocurrencias de las unidades lexicales (LU, lexical units) en el interior de los contextos elementales (EC, elementary contexts), es decir datos binarios del tipo presencia/ausencia.

El método de co-palabras:

a) Se constituye de un subconjunto de unidades lexicales co-ocurrentes en los contextos elementales del corpus

b) Su etiqueta es la unidad lexical que, en el interior del subconjunto, tiene el valor más alto de la ocurrencia.

Las ocurrencias, en efecto, son las cantidades que resultan del cómputo de cuántas veces (frecuencias) cada unidad lexical (LU, lexical unit) se repite dentro del corpus o dentro las unidades de contexto (CU, context units) que lo constituyen.

Las relaciones entre las unidades del análisis se pueden explorar en el interior del corpus o de los subconjuntos, usando los mapas obtenidos por multidimensional scaling (escalamiento multidimensional) en nuestro caso el Método Sammon. El método de Sammon se utiliza para representar las relaciones entre las unidades lexicales o entre los núcleos temáticos.

Las tablas de input se constituyen de matrices cuadradas que contienen los valores de proximidad (disemejanzas) derivados del cálculo de un índice de asociación. Los resultados obtenidos, como los del análisis de correspondencias, permiten que interpretemos las relaciones entre los "objetos" y las dimensiones que organizan el espacio en el cual se representan.

El grado de correspondencia de las distancias, entre los puntos obtenidos por el mapa de MDS y aquellos de la matriz input, es medido (inversamente) por una función de stress. Cuanto menor es el valor de stress (e.j.  $< 0,10$ ), mayor es la calidad del ajuste obtenido.

## **Resultados, la descodificación de la agenda**

Los problemas considerados más importantes de España lo distribuyen los ciudadanos en el tiempo estudiado 2000-2007 en lo que podíamos denominar una agenda caracterizada por la búsqueda del bienestar social. Entre los quince problemas más citados de nuestro país en este periodo, al menos diez están relacionados directamente con problemas sociales. El paro, la inmigración, la inseguridad, la vivienda, las drogas, las condiciones y la precariedad en el empleo, la sanidad, la educación, los servicios sociales, y las pensiones estarían claramente dentro de programas políticos de bienestar social. Esa es la agenda ciudadana en el tiempo. No se trata de resaltar un problema puntual de un mes, en este caso se muestran claramente en un periodo de siete años, los problemas fundamentales de nuestro país, según los españoles y que podríamos definir como agenda social.

La agenda personal de los ciudadanos se identifica con problemas relacionados con la calidad de vida. El paro, la carestía de la vida, la vivienda, la inseguridad, la inmigración, las pensiones, el empleo, la sanidad, la educación, las preocupaciones personales, la droga, la subida de carburantes se encuentran entre los quince problemas que más afectan a los preguntados por el CIS. No es hasta el puesto 16 donde los encuestados sitúan a los problemas relacionados con la política.

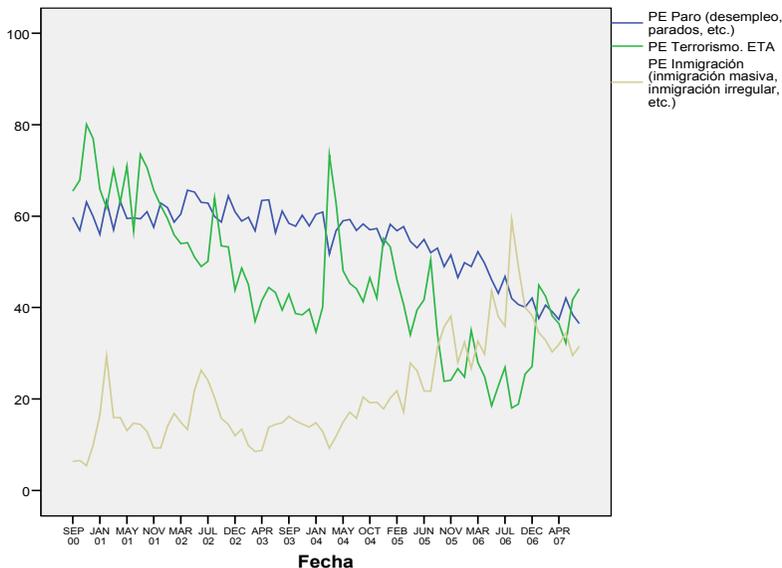
Solamente entre los quince problemas más relevantes de los 37 manifestados por los ciudadanos en los barómetros, aparece el terrorismo de ETA, con su doble perspectiva política y de inseguridad ciudadana, ya que el terrorismo pretende sus objetivos políticos a través de aterrorizar a la ciudadanía y esto es algo que con el paso del tiempo permanece en el subconsciente social y personal de los españoles. En definitiva, podríamos decir que la agenda de los problemas que más afectan personalmente a los ciudadanos se caracteriza, sobre todo, por problemas relacionados con la calidad de vida y el bienestar personal.

Los temas primordiales que han ocupado las portadas de los diarios con más difusión en España en los siete últimos años se relacionan con los nacionalismos vasco y catalán, las autonomías, la reforma de los estatutos, el terrorismo de ETA, Al Qaeda, 11S, 11M, el desastre del Prestige, el gobierno, partidos y políticos concretos, la corrupción, el fraude y el tráfico de influencias, las guerras de Irak, Afganistán, etc... Han sido años de importantes acontecimientos, decisiones y grandes atentados terroristas y catástrofes medioambientales o bélicas, que en muchas ocasiones se han situado en la agenda política y ésta, a su vez, en la agenda de los medios, que como veremos más adelante han jugado un papel como actores políticos dentro del llamado periodismo de opinión.

Según los encuestados en los Barómetros del CIS, el Paro, el Terrorismo y la Inmigración son los tres problemas más importantes en la sociedad española durante el período estudiado Septiembre 2000 hasta Julio de 2007.

Gráfico 1.

Los 3 problemas más importantes de los españoles a nivel nacional 2000-2007



PE: Problemas de España.

Fuente: Elaboración propia a partir de los Barómetros del CIS. Sep. 2000-Jul. 2007.

De los cuatro problemas más importantes que tienen nuestro país, paro, terrorismo, inmigraciones e inseguridad ciudadana, y que marcan la agenda pública en los siete últimos años, al menos dos, inmigración e inseguridad ciudadana, reciben una influencia directa de las noticias destacadas por la prensa con mayor impacto a nivel nacional.

El terrorismo correlaciona individualmente con cada periódico analizado pero no mantienen una influencia conjunta sobre la tendencia de ese problema en las encuestas. El terrorismo de ETA sostiene una tendencia decreciente y constante en los años analizados con fluctuaciones importantes a mitad y al final del periodo, que corresponde al anuncio y ruptura de la tregua por parte de ETA. Es evidente mediante los análisis cuantitativos efectuados que los tratamientos en primera página del País y del Mundo de este problema no han sido los mismos.

De cualquier forma podemos afirmar que la teoría de la agenda-setting se confirma en nuestra investigación resaltando un influjo mediático sobre los problemas más importantes considerados por los españoles a lo largo del tiempo, ya que de los cuatro problemas más significativos de nuestra sociedad, al menos tres reciben una influencia directa de la prensa analizada. No obstante, inmediatamente tenemos que realizar varias matizaciones que hemos venido a denominar la “descodificación de la agenda”.

En primer lugar, tenemos que decir, que no son los problemas con más titulares los que más influencia tienen sobre los encuestados, sino los que causan mayor impacto, y esto se produce por el desconocimiento y la novedad del acontecimiento.

Si prescindimos del Paro y el terrorismo de ETA, problemas instalados en el subconsciente social desde hace largo tiempo, que sólo desaparecerán de la agenda ciudadana en el momento de su no existencia, el resto de los problemas donde puede influir la prensa se trata casi en su inmensa mayoría de problemas novedosos y sobre todo con una cierta necesidad por parte de los ciudadanos de recibir información. El fenómeno de la inmigración, las nuevas formas de delincuencia, nuestra participación en una guerra, un desastre ecológico de las características del Prestige, crisis alimentarias, nuevas formas de corrupción y de fraude..., de alguna manera alertan al público y crean la necesidad de informarse sobre ellos fundamentalmente a través de los medios de comunicación, que son los únicos que pueden ejercer de una forma casi inmediata esta función.

En general, influyen más los titulares del País que los del Mundo en el establecimiento de los problemas tanto de la agenda nacional como de la personal.

Cómo se aprecia en la tabla, los titulares del País sobre la inseguridad, la educación, las guerras y la corrupción y el fraude son los que más influyen sobre la opinión emitida sobre esos problemas por los encuestados del CIS, mientras que las noticias con más predominio sobre los ciudadanos, seleccionadas por el diario el Mundo serían la inmigración, el desastre del Prestige, y los nacionalismos.

Tabla 2.

*Influencia titulares del País y el Mundo en la opinión de los españoles sobre los problemas a nivel nacional*

Problema de España	Rango	País T	Mundo T
PE Inmigración (inmigración masiva, inmigración irregular, etc)	3	2,758*	3,256*
PE Inseguridad ciudadana (delincuencia, robos, crímenes, violencia callejera no terrorista, etc.)	4	2,862*	1,054
PE Educación (escuelas, universidades, formación de los jóvenes, profesorado, etc.)	11	4,095**	-1,263
PE Las guerras en general (Balcanes, Irak, Afganistán, etc.)	18	5,173**	-1,486
PE El desastre del Prestige	21	1,367	3,117*
PE TM Los nacionalismos (situación del País Vasco. Nacionalismos vasco y catalán, problemas relacionados con las autonomías; reforma de los estatutos de autonomía...)	25	0,788	3,211*
PE Corrupción y fraude. Tráfico de influencias	28	4,418**	0,975

Criterio de significación: > 0,5\* > 0,01\*\*

Fuente: Elaboración propia titulares de portada del diario el País-Mundo y Barómetros del CIS. Septiembre 2000-Julio 2007.

A nivel personal los titulares del diario el País influyen en la opinión de los ciudadanos sobre las crisis alimenticias y las guerras, mientras que los del Mundo predicen más las opiniones sobre los problemas relacionados sobre las drogas y la corrupción.

Tabla 3.

*Influencia titulares del País y el Mundo en la opinión de los españoles sobre los problemas a nivel personal*

PP Problemas Personales	Rango	País T	Mundo T
PP Drogas (alcoholismo, drogadicción, tabaquismo)	13	-1,735	2,512*
PP Crisis alimenticias (vacas locas, gripe avia ...)	21	3,555*	,366
PP Las guerras en general (Balcanes, Irak, Afganistán, etc.)	28	5,319**	-2,100*
PP Corrupción y fraude. Tráfico de influencias	34	1,420	2,996*

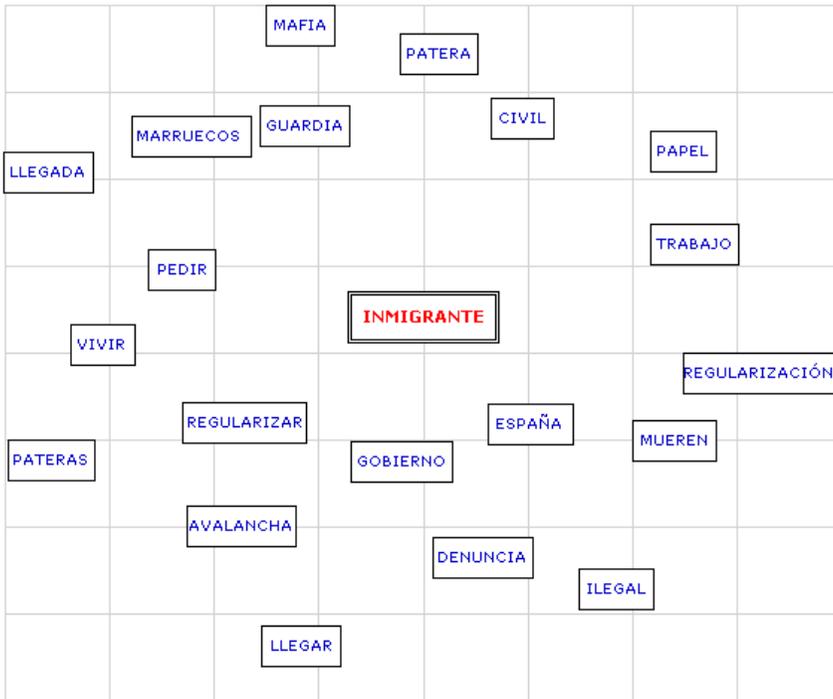
Criterio de significación: > 0,5\* > 0,01\*\*

Fuente: Elaboración propia titulares de portada del diario el País-Mundo y Barómetros del CIS. Septiembre 2000-Julio 2007.

La inmigración es un fenómeno desconocido en nuestro país hasta hace muy pocos años, en estos momentos en España hay algo más de cuatro millones de extranjeros lo que supone más de un 10% de la población. Sin lugar a dudas, el inmigrante es el “gran desconocido” entre los diferentes grupos sociales que habitamos en este país, como demuestran todas las encuestas que se han realizado en los últimos años; para decirlo de una forma expresiva, viven “donde nosotros”, pero no “con y entre nosotros”. El desconocimiento convierte un fenómeno social en un problema. Las cifras macro-económicas hasta este momento, nos indican que la inmensa mayoría de estos extranjeros “trabajan y viven” en España por lo tanto, su impacto mayoritario en nuestra sociedad ha sido positivo. Evidentemente los fenómenos sociales inmediatos producen desajustes en la organización social y, las Administraciones Públicas han de velar para que estos procesos se realicen de una forma organizada. Pero los desajustes y los efectos negativos no han sido en ningún caso superiores a los efectos positivos que han ayudado en mucho, a que nuestro país haya progresado intensamente en los últimos años.

El fenómeno se convierte en problema cuando en el imaginario público se establecen mucho más sus efectos negativos que positivos. Es evidente y así lo hemos visto a lo largo de estos años, que la agenda informativa ha estado cargada de noticias negativas respecto a la inmigración, “avalancha”, “valla”, “patera”, “regularización”, y “muerte”... han sido algunas de las palabras más utilizadas en los titulares, lo cual, no ayuda nada hacia un mejor conocimiento del “extraño”.

Gráfico 2.  
Asociación de palabras inmigrante titulares del Mundo



Fuente: Elaboración propia a partir de los titulares de portada del diario el Mundo Septiembre 2000 – Julio 2007.

No hay tampoco cifras objetivas que puedan avalar un aumento real de la delincuencia (homicidios, asesinatos, secuestros, violaciones...), sobre todo, cuando se comparan con países como Venezuela, Brasil, Colombia, México, Rusia, Estados Unidos. No somos, un país inseguro, al contrario nos encontramos entre uno de los países con menos delincuencia en Europa, según la última encuesta sobre criminalidad y seguridad europea<sup>5</sup>. Tampoco las cifras objetivas sobre criminalidad del Ministerio del Interior nos apuntan ninguna tendencia de crecimiento. La explicación de situar la inseguridad ciudadana entre los cuatro primeros problemas de nuestro país por parte de los encuestados, se deben al impacto de nuevos tipos de delitos no muy numerosos pero sí muy violentos y, sobre todo, en espacios vitales como nuestro hogar, que sin lugar a dudas incrementa la alerta ciudadana. Los

<sup>5</sup> The Burden of Crime in the EU. Research Report: A Comparative Analysis of the European Crime and Safety Survey (EU ICS) 2005. <http://www.gallup-europe.be/>

medios de comunicación aunque no de una forma muy frecuente, dan cuenta en sus portadas de estos delitos con cierta intensidad y mucha información en páginas interiores con detalles e historial de los delincuentes. Crímenes de extrema violencia como los cometidos por Arcan, Tony King o el asesino del Naípe, sembraron de incertidumbre y alarma a los ciudadanos respecto a su seguridad.

De cualquier forma una de las funciones más importante de los medios como agentes sociales es denunciar frente a los actores políticos y las Administraciones Públicas nuevas situaciones sociales que requieren su competencia y su actuación para que los problemas no generen crisis o conflictos sociales a la larga. Una sola muerte en el estrecho, exige a los gobierno una actuación política inmediata e integral sobre el problema. El ciudadano requiere respuesta ante problemas donde la actuación de los gobierno son necesarias. El caso de los desajustes sociales producidos por inmigraciones masivas o la alerta social causada por nuevas formas de delincuencia, requieren cuanto menos, actuaciones de los poderes públicos y sin lugar a dudas, el establecimiento de estos problemas en la agenda también “ayuda” a la solución de estas dificultades. No obstante, también tenemos que insistir de nuevo en el peligro de un tratamiento de estos temas de una forma excesivamente alarmante o superficial ya que pueden convertir en “problema” aquello que realmente no lo es.

Nuestra investigación ha tratado también de profundizar en el segundo nivel de análisis de la agenda-setting, es decir, conocer mejor el rol de cada uno de los agentes de comunicación analizados a través de los núcleos o atributos centrales de los mensajes más influyente en la opinión de los ciudadanos sobre los principales problemas en el periodo analizado.

Podemos afirmar que existe una mayor influencia del País que del Mundo en la agenda ciudadana desde un punto de vista cuantitativo. Esto se corrobora con estudios anteriores (Andreu, 1998b) y nos indica un primer perfil del País como un periódico levemente más inclinado hacia noticias sobre problemas sociales que políticos, también en este ámbito podemos aseverar que sus noticias más destacadas e influyentes en los encuestados tienden más a la información de los hechos que a la opinión. Por último, su ideario socio-político se encuentra más cercano a las tesis del gobierno socialista en el periodo estudiado. Fácilmente se observa un mayor número de noticias negativas y contrarias a las actuaciones del gobierno y la oposición del partido popular entre los problemas más influyentes de este periódico en las agendas ciudadanas, esto se detecta en un número extenso de titulares respecto a la inmigración, inseguridad ciudadana, educación, las guerras (guerra de Irak), la corrupción y el tráfico de influencias y las crisis alimentarias en el periodo analizado.

Desde un punto de vista más cualitativo el diario el Mundo ejerce sobre algunos problemas mayor impacto. Es el caso de la inmigración o los nacionalismos. Según los datos analizados se trata de un periodismo más inclinado hacia una agenda política en el marco de los problemas, inclinado hacia un periodismo de opinión-investigación con una clara intencionalidad de profundización de determinadas problemáticas surgidas en el periodo analizado, por último, se encuentra más cercano en la solución de los problemas de los ciudadanos a las tesis del partido

popular que a las del partido socialista. No obstante, por las razones emitidas en las conclusiones del análisis del primer nivel de la agenda, no consigue en el tiempo analizado, a pesar del gran número de titulares empleados trasladar a los ciudadanos entre sus principales problemas, la “teoría sobre la ruptura del Estado” por medio de los nacionalismos o la “teoría de la conspiración” en el caso del terrorismo yihadista. Es verdad, que en el primer caso, sí consigue este periódico influir sobre un grupo de ciudadanos, pero en el balance global en el periodo analizado, el nacionalismo ocupa el número 25 en un rango de 39 problemas en la opinión del público.

## Conclusión

Para finalizar quisiera insistir de que nuestra investigación ha querido profundizar y descodificar una teoría (agenda-setting) que hemos contrastado absolutamente válida ya que existe una transferencia importante de los medios de comunicación sobre los principales problemas de la agenda ciudadana. Lo que ocurre, es que el tiempo sólo mantiene problemas reales y tangibles en la agenda de los ciudadanos. Esto nos advierte de que no es fácil interferir en lo que realmente e internamente piensa el ciudadano y que aprende a través de su experiencia diaria, lo cual, nos acerca a las teorías que nos dicen que en muchas encuestas se manifiesta más lo que “conviene” que lo que nos “interesa” realmente. Por eso, es importante realizar análisis longitudinales y acumulativos que nos separen la “paja” del “grano”.

Otra aportación que consideramos interesante en nuestra investigación y queda claramente contrastada, es que los medios de comunicación no transfieren los problemas políticos a la agenda de los ciudadanos. Efectivamente aunque los temas más importantes para los medios de comunicación en su agenda son los problemas políticos, la mayoría de los problemas que consiguen establecer en la agenda de opinión son de índole social. Esto es absolutamente coherente con los rankings de los problemas más importantes para los españoles, destacando en sus agendas sociales y personales problemas relacionados fundamentalmente con el bienestar social y la calidad de vida. Si relacionamos esto con nuestra teoría sobre la transferencia de los acontecimientos sociales. Podemos afirmar que en la agenda de los ciudadanos se mantienen sin ninguna influencia de los medios, los acontecimientos conocidos y que ellos contrastan por sí mismo, es decir, los hechos relacionados con su bienestar personal, carestía de la vida, precios, vivienda, pensiones, calidad con el empleo, servicios sanitarios., etc.. Los medios de comunicación influyen fundamentalmente sobre circunstancias o fenómenos desconocidos pero avalados por hechos. Son hechos existentes pero que el ciudadano desconoce en profundidad, no lo tienen cercano, no conviven con él, no pueden contrastarlo y por lo tanto necesita de la información de los medios para su mejor conocimiento. Por último, nos encontraríamos con las informaciones no contrastadas que no se basan en hechos y que por esa razón no se transfieren desde la agenda de los medios a la de los ciudadanos. Ni los políticos, ni los líderes de los medios de comunicación consiguen establecer en la agenda pública durante mucho tiempo, teorías, opiniones, mensajes que no se encuentren avalados por hechos. En

el periodo analizado se puede contrastar fácilmente, mediante lo que se ha venido en denominar “Teoría de la Conspiración”, a pesar de la gran cantidad de titulares sobre esta cuestión, su efecto es nulo en la agenda sobre los problemas de los ciudadanos. Esto nos lleva a realizar una afirmación contrastada por la gran cantidad de datos analizados, es prácticamente imposible incluir artificialmente durante un gran espacio de tiempo ningún tipo de teorías que no sean confirmadas por hechos probados y sobre todo tangibles e incluso nos atreveríamos a decir creíbles para los ciudadanos.

## Referencias

- Andréu Abela, Jaime (1995a). *Exploración y transformación de escalas ordinales*. Comunicación presentada V Congreso Español de Sociología. Libro de Actas. Pp- 6 y 7
- Andréu Abela, Jaime (1995b). *Análisis longitudinal mediante ordenador*. Comunicación presentada V Congreso Español de Sociología.
- Andréu Abela, Jaime (1996). *Los españoles: Opinión sobre sí mismo. España y el mundo*. Manuscrito Tesis Doctoral. Con dos capítulos teóricos inéditos sobre Espacio Público y medios de comunicación, Construcción de indicadores de cambio subjetivos y objetivos.
- Andréu Abela, Jaime (1998a). *El cambio como objeto y sujeto de investigación social*. Cuaderno de trabajo. Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. Universidad de Granada.
- Andréu Abela, Jaime (1998b). *Los españoles: Opinión sobre sí mismo. España y el Mundo. Análisis longitudinal Escala de Cantril*. Universidad de Granada.
- Andréu Abela, Jaime (2001). *Las técnicas de Análisis de contenido: Una revisión Actualizada*. Documento de trabajo. S2001/03. Centro de Estudios Andaluces.
- Andréu Abela, Jaime y otros (2002). *Determinantes del nivel de satisfacción personal de Andalucía*. Documento de trabajo S2002-02. Centro de Estudios Andaluces.
- Andréu Abela, Jaime (2003a). *The influences of social events in surveys of opinion: Texts and contexts*. 6<sup>th</sup> Conference of the European sociological association. Septiembre. 1993. Murcia.
- Andréu Abela, Jaime y Ana María Pérez (2003b) (Traducción y adaptación). *Paul L Larzarsfeld, y la Sociología de la Investigación Empírica*. En Revista de Investigación Aplicada Social y Política. Pp. 10-25
- Andréu Abela, Jaime (2004a). *Las diferencias en el bienestar andaluz: Una interpretación desde la calidad de vida personal*. En Joaquín Auriolles y Elena Manzanera (Coord). Economía y Sociedad Andaluza. Análisis avanzado de las causas del desarrollo relativo. Comares. Centro de Estudios Andaluces.
- Andréu Abela, Jaime (2004b). *Investigación Aplicada de Clásicos de la Sociología. Viejos y Nuevos Problemas de Investigación Social*. Centro de Estudios Andaluces.

- Andréu Abela, Jaime (2005a). *Bienestar Personal*. En Mariano Torcal, Laura Morales y Santiago Pérez (Eds). España: sociedad y política en perspectiva comparada. Tirant lo Blanch. Pp. 171-193.
- Andréu, J. Martínez, R. (2005b). *Influencia de los medios de comunicación de masas sobre el Capital Social en Andalucía*. En Jaime Andréu (Coord). Desde la esquina de Europa. Análisis comparado del capital social en Andalucía, España y Europa. p. 21-55
- Andréu, J. Pérez A.M. (2006). *Análisis de Contenido Cualitativo*. Revista de Investigación Aplicada. 1. p.131-141.
- Andréu, J. (2007). *Datos y contextos en la formación de la opinión de los ciudadanos sobre los problemas sociales*. Análisis Longitudinal de la agenda-setting. Informe Ayudas a la Investigación Sociología
- Andréu, J. (2008). *La percepción del turismo en la prensa andaluza*. Informe Colegio de Doctores y Licenciados en Ciencias Políticas y Sociología. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Junta de Andalucía.
- Berganza Conde, M.R. (2000). *Comunicación opinión pública y prensa en la sociología de Robert E. Park*. CIS. Monografías nº 177.
- Box, G. E. P., Jenkins G. M., and Reinsel. G. C. (1994). *Time series analysis: Forecasting and control*, 3rd ed. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.
- Cohen, B. (1963), *The press and foreign policy*. Princenton, N.J. Princenton University Press
- Gardner, E. S. 1985. *Exponential smoothing: The state of the art*. *Journal of Forecasting*, 4, 1-28.
- Katz, E. y Lazarsfeld. H. (1979). *La influencia personal*. Barcelona. Hispano Europa.
- Lasswell, H. (1927) *Propaganda technique in the Word War*, New York: Knopf.
- Lasswell, H. (1985) (v.o. 1955), (The Structure and Functions of Communication in Society) titulado en castellano “*Estructura y función de la comunicación en la sociedad*” y reproducido en Moragas M. de (eds) *Sociología de la Comunicación de Masas. Estructura funciones y efectos*. Volumen II. Barcelona. Gustavo Pili. P. 50-68.
- Lazarsfeld, H. Berelson, B. y Gaudet, H. (1948). *People’s Choise*. Nueva York. Columbia University Press.
- Lazarsfeld, H. y Merton, R. (1964) (v.o. 1948). *Mass communication, popular taste and organizad social action*, en L. Bryson (ed). *The communication of ideas: A series of addresses*, New York. Harper. P. 95-118.
- Lancia, F. (2001). *The logia of text-scope*. [www.tlab.it](http://www.tlab.it).
- Lancia, F (2004). *Strumenti per l’anlisi dei testi. Introduzione all’uso di T-lab*, Milano, FrancoAngeli.
- Lancia, F. (2005). *Word co-ocurrence and theory of meaning*. [www.tlab.it](http://www.tlab.it)
- Lippmann, Walter. (2003) [v.o.1922]. (*Public Opinion*) titulada en español *La opinión pública*. [inActuales]. Langre.
- McCombs, M. Shaw, D. (1972). *The agenda-setting function of Mass Media*. *Public Opinion Quarterly*, nº 36. 176-187.

- McCombs, M., Evatt, D. (1995). *Issues and attributes: Exploring a new dimension in agenda setting*. *Comunicación y Sociedad*, 8. 1. p. 152-168.
- McCombs, M, Luna Pla, I. (2003). *Agenda-Setting de los Medios de Comunicación*. Ed. Universidad de Occidente.
- Mills, C.W. (1978) (v.o. 1956). *La elite del poder*, 8º Edición. México. Fondo de Cultura Económica.
- Park, Robert. (1922). *The immigrant press and its control*. New York: Harper.
- Rodríguez Díaz, R. (2004). *Teoría de la Agenda Setting, aplicación a la enseñanza universitaria*. Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.
- Shaw, Eugene (1977). *The interpersonal Agenda*, en D.L. Shaw y M. McCombs (Eds), *The emergence of American political issues: The agenda-setting function of the press*, St. Paul MN: West Publishing. P. 68-88.
- SPSS Inc. (2005). *SPSS Trends TM. 14.0*. Chicago USA.
- Pena, D., Tiao, G. C. and Tsay, R. S. eds. (2001). *A course in time series analysis*. New York: John Wiley and Sons.