



UNIVERSIDAD AUSTRAL DE CHILE
Facultad de Filosofía y Humanidades
Instituto de Comunicación Social
Escuela de Periodismo

Profesor Patrocinante:
Sr. Cery Toro González
Instituto de Comunicación Social

**Análisis de la construcción de la realidad de la Décima
Región por la prensa escrita regional a través de la
aplicación de la teoría de Agenda Setting**

*Tesis para optar al Título de
Periodista y al Grado de Licenciado
en Ciencias de la Comunicación Social*

Ana Cecilia Carolina Muñoz Zavala
Delia Flor Ríos Quijada
Valdivia Chile 2001

Gracias

A mis padres, María Cecilia y Walton, a mis hermanos Marcela y Matías, y a toda mi familia en Santiago que, a pesar de la distancia, me dieron todo el amor, el apoyo y las buenas vibras en estos años. Los quiero mucho.

Gracias

A mi familia aquí en Valdivia por su acogida y protección... y los ricos panes amasados que hace la abuela. En especial a mis niños Florencia, Sebastián y Angélica, que tantas alegrías me han dado.

Gracias

A Delia y Marcelo, mis buenos amigos. Ves, Delia, por fin sacamos la tesis. Dale gracias a tu mamá por las ricas onces que me ofreció. Ves, Marcelo, sólo es un poco de esfuerzo. Bueno, en realidad, es hartito, pero vale la pena.

Gracias

A Germán, amor, por estar siempre a mi lado. Nuestro ángel, nuestra voluntad y, por sobre todo, nuestro amor, nos mantendrá juntos. No me voy, sólo tengo que dar unos pasos, unos cuantos kilómetros, no es mucho.

Ana Cecilia Muñoz

“Id por todo el mundo y proclamad la buena noticia a toda criatura”

(Marcos 16, 15)

Buscar respuesta a una inquietud a través de un camino de cultura y saber, significa un esfuerzo personal que sin el apoyo de mis seres queridos no lo habría logrado.

Este camino que hoy concluye con este trabajo de investigación se lo dedico a mis padres, Pepito y Delia, que día a día me brindaron su amor y su paciencia. Asimismo, gracias a mis hermanos, sobrinos y amigos que me dieron la fuerza necesaria para seguir adelante, en aquellos momentos en que flaqueaba y que la inseguridad se apoderaba de mí.

Un GRACIAS a todos por su amor y cariño que me hace crecer como persona y que hoy se concreta al comenzar una vida profesional.

No puedo en este momento en que finaliza un etapa en mi vida, dejar de mencionar a Dios Altísimo quien ha sido mi guía, mi luz y mi fortaleza.

Delia Ríos Quijada

INDICE

	Pág.
- Resumen	1
- Justificación: Medios Regionales de Comunicación y <i>Agenda Setting</i>	2
- Tema y Objetivos	5
- Características generales de la Décima Región	7
Capítulo I: Centralización, Descentralización, Desconcentración	12
1.1. Estado Unitario y Centralización	12
1.2. Descentralización y Desconcentración	14
1.3. El Estado de Chile y la Regionalización	17
1.4. Proceso de Regionalización 1974	21
Capítulo II: Medios de Comunicación y <i>Agenda Setting</i>	30
2.1. Comunicación y Medios de Comunicación	30
2.2. Teoría <i>Agenda Setting</i>	33
2.3. Elementos de la Teoría <i>Agenda Setting</i>	34
2.4. Niveles de la <i>Agenda Setting</i>	37
2.5. Tematización	38
2.5.1. Etapas del Proceso de Tematización	40
2.5.2. Pauta	41
2.5.3. Fuentes	43
2.6. <i>Gatekeeper</i>	45
2.7. <i>Newsmaking</i> o Producción de Noticias	47
2.7.1. Noticiabilidad	48
Capítulo III: Enfoque Sociológico	52
3.1. Efectos Cognitivos	52
3.2. Construcción Social de la Realidad	54
3.3. Opinión Pública	57
3.3.1. Formación de la Opinión Pública	59
3.3.2. Opinión Pública y Periodismo	61
3.3.3. Opinión Pública y Opinión Publicada	62
Capítulo IV: Medios Regionales y <i>Agenda Setting</i>	64
4.1. Rol de los Medios Regionales de Comunicación	64
4.2. Identidad y Desarrollo Regional	69
4.3. La <i>Agenda Setting</i> y la Prensa Regional	72
Capítulo V: Características del Mensaje Periodístico	77

5.1. El Texto Informativo	77
5.2. Géneros Periodísticos	78
5.3. Naturaleza del Medio	81
Capítulo VI: Metodología de Investigación	83
6.1. Introducción	83
6.2. Características de los Medios Analizados	84
6.3. Análisis de Contenido	86
6.3.1. El Corpus y los Datos	88
6.4. Unidades de Análisis	88
6.4.1. Unidades de Muestreo	89
6.4.2. Unidades de Registro	90
6.4.3. Unidades de Contexto	91
6.5. Presentación de Resultados del Análisis de Contenido “El Diario Austral de Valdivia”	98
6.6. Presentación de Resultados del Análisis de Contenido “El Diario Austral de Osorno”	108
6.7. Presentación de Resultados del Análisis de Contenido “El Llanquihue”	116
6.8. Presentación Resultados Comparativos del Análisis de Contenido de “El Diario Austral de Valdivia”, “El Diario Austral de Osorno” y “El Llanquihue”	125
CONCLUSIONES	130
BIBLIOGRAFÍA	134
ANEXOS	

RESUMEN

El propósito de este estudio es analizar los tres medios de prensa escrita- pertenecientes a la Sociedad Periodística Araucanía- que se publican en la Décima Región: El Diario Austral de Valdivia, El Diario Austral de Osorno y El Llanquihue de Puerto Montt.

El primer capítulo de esta investigación es una referencia a los procesos de descentralización y de desconcentración del Estado y al plan de regionalización del país, desde el punto de vista histórico, geográfico y conceptual. En esta parte, se incluye una caracterización de las provincias que forman la Décima Región.

El segundo capítulo trata del desarrollo conceptual de la teoría “*Agenda Setting*”, sus niveles y nociones relacionadas, como tematización, *gatekeeper* y *newsmaking* o producción de noticias.

El tercer capítulo apunta al estudio sociológico de la teoría ya mencionada, como es el caso de los efectos cognitivos, construcción social de la realidad y opinión pública.

El cuarto capítulo se refiere al rol de los medios regionales de comunicación, su relación con el desarrollo e identidad regional y su vinculación con la teoría “*Agenda Setting*”.

En el quinto capítulo, se incluyen características del texto y los géneros periodísticos; además, de la naturaleza del medio elegido para realizar el análisis de contenido: prensa.

En el sexto capítulo se da paso a la metodología para llevar a cabo los objetivos de esta tesis. Se caracterizan los tres diarios, se definirá el instrumento metodológico a utilizar –análisis de contenido-, los resultados de la aplicación de este instrumento y, por último, las conclusiones de esta tesis.

Se incluyen también anexos sobre los decretos leyes relacionados con el proceso de regionalización y entrevistas a los directores de los medios de comunicación analizados.

JUSTIFICACIÓN

MEDIOS REGIONALES DE COMUNICACIÓN Y AGENDA SETTING

En el comienzo de un nuevo milenio -con avances tecnológicos que se vuelven tan cotidianos, como Internet y fibra óptica-, da la sensación de que los límites de tiempo y espacio desaparecen.

Ya no es extraño enterarse de lo que sucede en los lugares más remotos del planeta. Ni menos escuchar el término “aldea global”, popularizado en la década del sesenta por Marshall MacLuhan. “El mundo entero sería un pueblo enorme debido a las conexiones electrónicas, y esto podría llevar a una cultura y un pensamiento únicos”, puntualiza el escritor canadiense. (ENCICLOPEDIA ENCARTA MICROSOFT, 2000)

Sin embargo, la pertenencia a esta aldea provoca un efecto paradójico: la búsqueda de la identidad local o regional, la necesidad de conocer y valorizar la cultura y las costumbres de la comunidad en particular.

Los medios de comunicación regionales son los encargados de mostrar la identidad de su población, relacionando a la comunidad con los temas que son de interés público.

Juan Pablo Guajardo y Juan José Subercaseaux indican que “en este proceso, los medios de comunicación regionales y en especial los servicios informativos locales juegan un importante rol: el de ser un espejo en el que la comunidad se pueda mirar y proyectar. Los medios de comunicación regionales –en la medida que defiendan su autonomía local- son los únicos capaces de reflejar y potenciar la identidad de las comunidades a las que sirven y de las cuales dependen, identidad que es fundamental para que éstas logren la madurez suficiente y alcancen su autonomía”. (GUAJARDO y SUBERCASEAUX, 1998. p. 3)

En la Décima Región, los medios de prensa escrita que cubren informativamente a las cinco provincias (Valdivia, Osorno, Llanquihue, Chiloé y Palena) son El Diario Austral de Valdivia, El Diario Austral de Osorno y El Llanquihue de Puerto Montt. Estos medios pertenecen a la Sociedad Periodística Araucanía S.A. Por lo tanto, son ellos los que deberían cumplir esta función de fomentar la identidad de las diversas comunidades de esta región.

La información plural que entreguen estos medios permitirá a los habitantes de las provincias y regiones a actuar en forma responsable en el progreso de sus comunidades.

En este sentido, cobra especial relevancia la agenda temática que tengan los medios regionales de comunicación, en cuanto a la jerarquía y atributos que les otorguen a los contenidos tratados por sus periodistas.

Enrique Salles, ex-intendente de la Duodécima Región, señala que “me parece que la información que aumente el conocimiento de nosotros mismos, la interpretación del presente y la entrega de una macrovisión sincera de la realidad y nuestros procesos, es el gran campo de acción con que los medios de comunicación pueden fortalecer la identidad regional desde una dimensión actual e intrarregional”. (SALLES en MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO, 1995. p. 58)

La *Agenda Setting*, hipótesis propuesta por Maxwell McCombs y Donald Shaw, en *Public Opinion Quarterly*, en el año 1972, “tiene que ver con la transferencia de la relevancia coyuntural de los elementos de la agenda de los medios a la agenda del público. Es decir, aquellos elementos que son prominentes en la imagen del mundo de los medios se convierte también en las imágenes que llevan las personas en sus mentes. O sea, la gente no sólo obtiene información de los medios sino también prioridades”. (McCOMBS y SHAW en GRABER, 1986. p. 81)

Los medios de comunicación de cobertura nacional presentan una realidad general homogénea, que no ve diferencias en las necesidades puntuales que tienen las distintas regiones. Estos medios se basan en las informaciones que surgen desde Santiago, estandarizándolas a todo Chile. Además, ellos dedican más espacio -o tiempo en radio y televisión- a sucesos capitalinos, reservando un espacio limitado a las doce regiones de nuestro país.

Los medios de comunicación crean la realidad, en la medida en que las personas se enteran de lo que pasa en su comunidad a través de ellos. Los sucesos que los medios obvian, simplemente no llegan a existir para muchos de los lectores, oyentes o espectadores.

Basada en la existencia de la hipótesis de la *Agenda Setting* o capacidad de establecimiento de la agenda –según Enric Saperas- y la relevancia de la prensa regional para la visión que tienen los habitantes de las regiones de sus instituciones y de sí mismos, las autoras de esta tesis realizarán un análisis de contenido a las crónicas informativas que aparecieron durante algunos meses del año 2000, en

El Diario Austral de Valdivia, El Diario Austral de Osorno y El Llanquihue de Puerto Montt. Para este estudio se consideró el año 2000 por ser el periodo de inicio de esta tesis.

El fin es determinar las características de la realidad regional que presentan estos medios a su público, identificando los temas más recurrentes y el espacio que le otorgan a cada frente informativo.

Este estudio es de carácter técnico, ya que sólo pretende demostrar empíricamente la teoría de *Agenda Setting* en los diarios pertenecientes a la Sociedad Periodística Araucanía S. A., que se publican en la Décima Región.

TEMA Y OBJETIVOS

Pregunta de Investigación:

¿Qué características de la realidad regional se presentan en la agenda temática de los medios escritos de la Décima Región, pertenecientes a la Sociedad Araucanía S. A. (El Diario Austral de Valdivia, El Diario Austral de Osorno y El Llanquihue de Puerto Montt), en un período muestral que abarca los meses del año 2000?

Objetivo General:

Determinar las características de la realidad regional que presentan los medios de prensa escrita de la Décima Región (El Diario Austral de Valdivia, El Diario Austral de Osorno y El Llanquihue de Puerto Montt), a través de la *Agenda Setting* que proponen dichos medios, en un período muestral que abarca los meses del año 2000.

Objetivos Específicos:

1. Describir los contextos geográfico, económico y administrativo en que están insertos los medios de prensa escritos (El Diario Austral de Valdivia, El Diario Austral de Osorno y El Llanquihue de Puerto Montt).
2. Establecer un marco conceptual sobre la Teoría *Agenda Setting* y su aplicación en la rutina periodística.
3. Analizar las crónicas informativas que incluyen los Cuerpos A de los diarios a estudiar (El Diario Austral de Valdivia, El Diario Austral de Osorno y El Llanquihue de Puerto Montt), que se refieran a temas de la zona, que se publicaron durante el año 2000.
4. Determinar la agenda temática de los tres medios de prensa considerados para esta investigación.

5. Identificar los tipos y número de fuentes que utilizan los autores de las crónicas informativas de los medios de prensa estudiados.
6. Determinar cuál es el tratamiento periodístico que se les da a las crónicas informativas contenidas en los Cuerpos A de cada diario a investigar.
7. Determinar cuál es el espacio (centímetro / columna) que los medios de prensa escrita regionales otorgan a las crónicas informativas analizadas en el período de muestra.

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA DÉCIMA REGIÓN

De acuerdo al Decreto Ley N° 575, dictado el 10 de julio de 1974, se crea la Décima Región, conformada por las provincias de Valdivia, Osorno, Llanquihue, Chiloé y Palena; capital Puerto Montt. La superficie de esta región es de 66.997 km².

Este Decreto Ley estipula que “la actual X Región, excluidos los siguientes territorios:

El distrito 7 Guaitecas, de la actual comuna de Quellón, del departamento de Castro, excepto la isla de Guafo;

Los sectores que en general vierten sus aguas a la rada Palena, de los distritos 1 Corcovado y 2 Tic Toc, de la actual comuna de Corcovado, del departamento de Palena.

X Región. Capital Puerto Montt. Comprende la actual X Región, excluida la ribera norte del lago Calafquén, que se identifica con el distrito 4 Licán y parte norponiente del distrito 3 Coñaripe, de la actual comuna y departamento de Panguipulli”. (Anexo N° 2)

Provincia Valdivia, Capital Valdivia

<u>Comunas</u>	<u>Capital</u>
Valdivia	Valdivia
Mariquina	San José de la Mariquina
Lanco	Lanco
Los Lagos	Los Lagos
Futroneo	Futroneo
Corral	Corral
Máfil	Máfil
Panguipulli	Panguipulli
La Unión	La Unión
Paillaco	Paillaco
Río Bueno	Río Bueno
Lago Ranco	Lago Ranco

Provincia Osorno, Capital Osorno

<u>Comunas</u>	<u>Capital</u>
Osorno	Osorno

San Pablo	San Pablo
Entre Lagos	Entre Lagos
Puerto Octay	Puerto Octay
Purranque	Purranque
Río Negro	Río Negro
San Juan de la Costa	Puaucho

Provincia Llanquihue, Capital Puerto Montt

<u>Comunas</u>	<u>Capital</u>
Puerto Montt	Puerto Montt
Puerto Varas	Puerto Varas
Cochamó	Puelo
Calbuco	Calbuco
Mauullín	Mauullín
Los Muermos	Los Muermos
Fresia	Fresia
Llanquihue	Llanquihue
Frutillar	Frutillar

Provincia Chiloé, Capital Castro

<u>Comunas</u>	<u>Capital</u>
Castro	Castro
Ancud	Ancud
Quemchi	Quemchi
Dalcahue	Dalcahue
Curaco de Vélez	Curaco de Vélez
Quinchao	Achao
Puqueldón	Puqueldón
Chonchi	Chonchi
Queilén	Queilén
Quellón	Quellón

Provincia Palena, Capital Chaitén

<u>Comuna</u>	<u>Capital</u>
Chaitén	Chaitén
Huailahué	Río Negro
Futaleufú	Futaleufú

Palena

Palena

POBLACIÓN

De acuerdo al Censo de Población realizado en 1992, el número de habitantes de la Décima Región es de 948.809, repartidos en un total de 104 localidades pobladas.

La población urbana es de 61,1% y la población rural es de 38,9%.

<u>Provincia</u>	<u>Total Población</u>
Valdivia	329.925
Osorno	207.185
Llanquihue	262.562
Chiloé	130.389
Palena	18.748

Según el Censo de 1992 las ciudades de Osorno, Valdivia y Puerto Montt se ubican en los lugares 15, 16 y 18, respectivamente, de la lista de ciudades más pobladas.

ACTIVIDADES ECONÓMICAS

El Instituto Nacional de Estadísticas (INE) divide a las actividades económicas en tres sectores:

- Sector Primario: lo constituyen las grandes divisiones:
 1. Agricultura, caza, silvicultura y pesca.
 2. Explotación de minas y canteras.

- Sector Secundario:
 3. Industrias manufactureras.
 4. Electricidad, gas y agua.
 5. Construcción.

- Sector Terciario:

6. Comercio por mayor y menor y restaurantes y hoteles.
7. Transportes, almacenamiento y comunicaciones.
8. Establecimientos financieros, seguros, bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
9. Servicios comunales, sociales y personales.
0. Actividades no bien especificadas.

Según el Censo de 1992, la población total por sectores económicos de la Décima Región es:

<u>Sector</u>	<u>Total</u>
Primario	23.120
Secundario	50.189
Terciario	115.905
Ignorado	335

EDUCACIÓN

También se hace referencia al censo de 1992, para establecer el nivel de instrucción clasificado por el INE de la siguiente manera:

- Básica: Incluye a todas las personas cuyo último curso aprobado corresponde al nivel básico actual y a aquellas cuyo último curso aprobado corresponde a los antiguos niveles primario y 1º y 2º de humanidades.
- Secundario: Incluye a todas las personas cuyo último curso aprobado corresponde al nivel medio actual y a aquellas cuyo último curso aprobado se encuentra entre 3º y 6º del antiguo nivel secundario en todos los tipos de instrucción.
- Superior: Incluye a todas las personas que tiene a lo menos un año aprobado en la Universidad, Instituto Profesional o Centro de Formación Técnica.
- Ninguno: Incluye a los que respondieron cero año aprobado y nunca asistió.

De acuerdo al Censo de 1992, el nivel de instrucción de la población de la región es:

<u>Nivel de Instrucción</u>	<u>Total</u>
Básica	302.913
Media	176.144
Superior	43.462
Nunca Asistió	28.603

Datos: Instituto Nacional de Estadísticas (INE)

CAPITULO I:

**CENTRALIZACION, DESCENTRALIZACION,
DESCONCENTRACION**

1.1 Estado Unitario y Centralización

Dado que este estudio busca analizar las características de la zona que presentan los medios regionales escogidos, es necesario definir los conceptos Centralización, Descentralización, Desconcentración y Regionalización, debido al importante rol que estos medios tienen que desempeñar dentro de estos procesos.

Desde que nuestro país se estableció como una República, era necesario instaurar un orden interno -luego de casi trescientos años de dominio español-, a través de un poder fuerte y centralizado, capaz de controlar todas las fuerzas de la nueva nación.

El historiador Fernando Campos Harriet indica que “la meta era consolidar la emergente Nación a través de la concepción de Estado Unitario que subsiste hasta ahora y que se refleja en las cartas constitucionales”. (SANTIS, 1995. p. 52)

El Estado Unitario, generalmente, conduce hacia el centralismo, es decir, el poder central absorbe a los poderes locales. Este poder central monopoliza la creación de normas jurídicas para todo país y la administración de organismos que dependen de él en forma directa.

Augusto Pinochet, en el Manifiesto que el ex-Presidente de la Junta de Gobierno declaró en 1974, con motivo de la iniciación del proceso de regionalización del país, afirmó que:

“El Estado de Chile es unitario, donde el poder político, en la plenitud de sus atributos y de sus funciones, lo sirve una misma Autoridad Nacional y bajo un mismo régimen jurídico. Sin perjuicio de la plena vigencia de ello, la modernización del Estado de Chile por sus peculiares condiciones geográficas, requiere un sistema, que permita un desarrollo descentralizado, administrativa y regionalmente, para que se materialice en la forma más perfecta posible la coordinación y la participación de las regiones en función de la integración, la seguridad, el desarrollo socioeconómico y la administración”. (HERNÁNDEZ, 1977. pp. 9-10)

Este manifiesto presidencial del 11 de junio de 1974 deja ver la intención del gobierno de hacer partícipe a las comunidades regionales en la toma de decisiones para el bien de sus zonas respectivas y, por ende, del país.

El centralismo en un Estado unitario existe una autoridad fuerte que dirige todas las actividades de un país. Esta autoridad cuenta con representantes en las distintas zonas del país, que carecen de poder de decisión y sólo velan por el cumplimiento de las decisiones del poder central.

Conviene destacar, aunque sea brevemente, algunos de los factores que contribuyeron al centralismo en Chile, de acuerdo a Hernán Godoy Urzúa: (BULNES ET AL., 1988. pp. 55 a 58)

- **Factores Geográficos-Económicos:** Un primer tipo de factores de centralismo chileno es de orden geográfico y se refiere a la extrema diferenciación de sus regiones naturales.

Cada una de las regiones naturales de Chile posee recursos típicos, lo que hace del conjunto un sistema de economías complementarias e interdependientes.

En virtud de sus fronteras naturales Chile constituye una enorme isla y desde los orígenes coloniales su organización político-administrativa fue centralista, regida desde la capital y relativamente apartada, como si se tratara de una isla.

Desde el punto geográfico, el fuerte centralismo chileno pudiera explicarse como una forma de integrar sus extremas diferenciaciones regionales.

- **Factores Históricos-Políticos:** Las vicisitudes de la Guerra de Arauco hicieron que la ciudad de Concepción alcanzara una importancia estratégica que la llevó a rivalizar con Santiago, que tenía la condición legal de capital. Pero las sucesivas rebeliones araucanas, particularmente la de 1598 significó la destrucción de las ciudades del sur, ya desde el siglo XVII, consolidaron la primacía de Santiago con su puerto de Valparaíso.

El centralismo se acentuó más aún en el siglo siguiente, al obtenerse la independencia de España. Después de un fugaz intento de federalismo, se estableció el sistema unitario y éste se consolidó cada vez más.

- **Factores Sociológicos-Culturales:** En su política de integración nacional, los gobiernos chilenos desde la independencia diseñaron un sistema de enseñanza uniforme para todo el país.

De este modo, el sistema educativo contribuyó a unificar culturalmente Chile. Se consolidó una cultura nacional regida desde Santiago, con una ostensible orientación europea en su espíritu y contenidos, los que fueron complementados con temas de la historia, geografía y literatura nacionales.

La emigración de las personas más valiosas hacia la capital del país empobreció el ambiente cultural de las regiones, sofocó su desenvolvimiento autónomo y acentuó su dependencia metropolitana.

De acuerdo a Freddy Fortoul, “los partidarios de la centralización consideran que es necesaria por razones económicas (planificación, globalidad de la economía) y por razones de eficacia o imparcialidad (alejar lo más posible al que toma las decisiones del que es afectado por ellas)”. (FORTOUL, 1990. p. 5)

Señala que “las principales críticas a la centralización se basan en que las decisiones escapan a la esfera de acción de los afectados, pasando a depender del ritmo de una burocracia creciente en tamaño, remota, ajena a las preocupaciones de los interesados e inaccesible para ellos, que carecen de información para resolver adecuadamente dado su aislamiento y distancia, y que ha generado sus propios intereses, que son contradictorios o pueden serlo, con los objetivos para los que fue organizada”. (FORTOUL, 1990. p. 6)

Por lo tanto, uno de los problemas más significativos que provoca la centralización es que los funcionarios del Estado toman decisiones sin poseer la información necesaria sobre las características y realidades de cada zona, que en nuestro país son diversas, causando una mala distribución e, inclusive, una pérdida de recursos.

1.2 Descentralización y Desconcentración

El Estado Unitario descentralizado se caracteriza por la mutua colaboración entre los gobiernos regionales, dentro de las normas que rigen a la Nación.

“La descentralización es un mecanismo que surge en el Estado moderno para distribuir funciones y posibilitar la autónoma toma de decisiones. El Estado aquí dispone sus obligaciones y articula la creación de órganos para que cumplan labores específicas. Éstos sólo tienen dependencia de la ley y no se encuentran subordinados – jerárquicamente- a ningún otro órgano administrativo. Son dotados de personalidad jurídica, patrimonio y también de responsabilidades propias”. (SANTIS, 1995. p. 56)

Las ventajas del sistema descentralizador, según Manuel Daniel SON: (BULNES ET AL., 1988. p. 10)

- a) Los intereses regionales o locales aparecen más favorecidos por el hecho que las decisiones que se adoptan a su respecto se toman en el lugar en que se producen las necesidades y aspiraciones de los administrativos;
- b) Al descender el nivel de decisión, se descongestiona y agiliza la acción administrativa, porque evita las revisiones que exige la estructura jerárquica, y
- c) La solución de los problemas queda en manos de quienes los conocen directamente y en profundidad por la conexión que la autoridad tiene con la vida y circunstancias de la región.

La descentralización incentiva la participación ciudadana en la toma de decisiones que afectarán a su zona.

Fortoul menciona que existe una descentralización política y otra que es administrativa. Una de las diferencias radica en que “la descentralización política implica una distribución del poder público entre la colectividad o gobierno central y las colectividades o gobiernos regionales, sobre todo si a ello se le agrega que la descentralización política implica facultades y atribuciones, no sólo de carácter administrativo, sino también de gobierno y normativas”. (FORTOUL, 1990. p. 7)

La descentralización administrativa, a su vez, puede ser territorial o funcional.

De acuerdo a Nogueira, “la descentralización territorial dice relación tanto con la estructura de la administración (Aparato Estatal) como el conjunto de la población administrada (Colectividad Estatal).

Este tipo de descentralización administrativa considera siempre aspectos administrativos y aspectos en cierto grado políticos, por cuanto ella genera un cierto tipo de contrapeso al poder estatal, permitiendo el desarrollo de entes con cierto grado de autarquía”. (NOGUEIRA en FORTOUL, 1990. p.9)

Por otra parte, “la descentralización funcional, también denominada descentralización técnica o por servicios, tiende a configurar sectores estatales con personalidad jurídica o moral gestora independiente. Ella puede abarcar una función en abstracto o un servicio determinado, según sea el caso. Así el Estado dota de personalidad jurídica a la función, asignándole un órgano gestor y un fondo patrimonial”. (FORTOUL, 1990. p. 9)

En conclusión, la descentralización en un Estado unitario, como Chile, permite a las autoridades regionales, provinciales y comunales, actuar con mayor autonomía política y administrativa, favoreciendo los intereses de cada zona del país.

Respecto a la desconcentración, la autoridad central otorga competencias a los gobiernos regionales, manteniendo la subordinación al poder principal.

Gourevitch señala que “la desconcentración es la técnica que consiste en transferir las competencias del Estado a un agente local, quedando éste jerárquicamente subordinado al poder central. El agente local posee un margen muy limitado de iniciativas. Se podría decir que, la desconcentración es la técnica que permite hacer posible operacionalmente la centralización”. (GOUREVICH en FORTOUL, 1990. pp. 6)

Los gobiernos locales no tienen personalidad jurídica propia, no actúan de forma independiente, sino que en nombre de la autoridad central.

De acuerdo a Humberto Nogueira, “la desconcentración se reduce sólo a procesos administrativos, racionaliza el sistema administrativo permitiendo a los funcionarios implantados localmente tener más en cuenta los factores locales en la puesta en obra de las decisiones elaboradas en la cumbre. La desconcentración no es más que una modalidad de la centralización”. (NOGUEIRA en FORTOUL, 1990. p. 6)

En consecuencia, la descentralización se diferencia de la desconcentración, ya que en la primera se dan los casos de la creación de personas morales o jurídicas de derecho público distintas del Estado Central, existe un traspaso de competencias, una independencia financiera y sólo hay control de tutela, no una relación jerárquica, como en la desconcentración.

1.3 El Estado de Chile y la Regionalización

Cuando Pedro de Valdivia fundó Santiago, en el año 1541, lo hizo bajo un concepto bastante aproximado de la realidad geográfica del territorio. El historiador Sergio Villalobos señala que “las informaciones de los compañeros de Almagro en el Perú y las noticias dadas por los incas, le permitieron elegir con certeza el lugar requerido para el primer asentamiento. Este sería el centro y base para dominar un espacio que el capitán concebía de grandes dimensiones conforme sus ambiciones”. (BULNES ET AL, 1988. p. 111)

El valle central, donde fue fundada la ciudad de Santiago, poseía características inigualables para el asentamiento humano. Cercado por la Cordillera de Los Andes y la Cordillera de la Costa, “era un espacio donde la vida rural podía desarrollarse de manera segura, ajena al peligro de enemigos externos”. (BULNES ET AL, 1988. p. 112)

A lo largo del siglo XVI, el peso de la región central osciló entre Santiago y Concepción, debido a la importancia militar de esta última ciudad. Sin embargo, la vida de los conquistadores terminó concentrándose en Santiago; mientras, Concepción quedó restringida a una plaza militar en función de la línea fronteriza del Biobío y sus fuertes.

“El espíritu regionalista se dejó sentir luego de manera más marcado. En 1811, el Primer Congreso Nacional erigió la provincia de Coquimbo, mientras en Concepción los vecinos más connotados, reunidos en cabildo abierto, procedían a formar una junta de gobierno de Concepción, que fue expresión de descontento por la política absorbente de la capital y el carácter conservador del congreso”. (BULNES ET AL, 1988. p. 112)

Según Sergio Villalobos, “las tendencias regionales durante la Independencia nunca tuvieron real consistencia y fueron más bien la consecuencia del caudillismo y los roces entre personajes destacados, en medio de una sociedad reducida y ligada estrechamente por lazos de parentesco y amistad. También se alimentaban de la ignorancia y falta de hábitos políticos”. (BULNES ET AL., 1988. p. 115)

Uno de los intentos para realizar una distribución administrativa de forma equitativa y dar mayor participación de los ciudadanos, fue “la dictación, en 1826, de ocho leyes de carácter constitucional donde se estableció un sistema federal. El territorio fue dividido en ocho provincias y se declaró que el país se constituía federalmente. Cada provincia tendría una asamblea legislativa y un

intendente elegido por las municipalidades. Los gobernadores departamentales, los cabildantes y los curas párrocos serían de elección popular directa”. (BULNES ET AL., 1988. p. 120)

Sin embargo, estas leyes no tuvieron el éxito esperado, ya que surgieron diversas rivalidades entre ciertas localidades que reclamaban el derecho de ser capitales provinciales y, por otro lado, las desventajas geográficas que presentaban muchas provincias respecto a sus recursos económicos para la estabilidad de ellas. Villalobos ejemplifica esta última situación: “Valdivia, que en un comienzo había declarado que el nuevo sistema era teóricamente el mejor, no tardó en comprender y manifestar que carecía de recursos y que, si se permitía el federalismo, estaba condenada a la miseria”. (BULNES ET AL., 1988. p. 121)

La Constitución de 1828 mantuvo las asambleas provinciales, pero sin poder legislativo. Su función era sólo administrativa.

No obstante, la reacción aristocrática y conservadora se dejó ver rápidamente ya que sus intereses y deseos de poder habían sido desplazados por el grupo intelectual y militar surgido de la Independencia. Sin embargo, este grupo social hizo sentir su poder, su prestigio y su influencia y encontró en Diego Portales el caudillo adecuado para implantar una nueva forma de gobierno.

“La dictadura de Portales quedó institucionalizada en la Constitución de 1833, que regiría la vida del país hasta 1925. En forma muy significativa, el exordio manifiesta que ella no era más que el modo de poner fin a las revoluciones y disturbios a que daba origen el desarreglo del sistema político en que nos colocó el triunfo de la independencia” (BULNES ET AL., 1988. p. 122). En este nuevo código no había indicios de regionalización. Todo el poder estaba centralizado en el gobierno.

Chile en el siglo XIX era un país en formación. De allí que sus instituciones tendieran a darle preponderancia al poder central, de manera de ir unificando la nación y creando la noción de Estado.

Por lo tanto, después de 1833, se podría decir que, a pesar de algunos movimientos descentralizadores, se consagró el régimen centralista, que por inercia pasó a ser sentido como un orden natural, que nadie pensaba en quebrantar realmente.

Sólo en 1920, señala Villalobos, “Arturo Alessandri manifestó en su programa presidencial la necesidad de efectuar una descentralización administrativa para atender mejor los problemas de las provincias y sacarlas de su atraso. Con ese objetivo, la Constitución

de 1925 estipuló la existencia de asambleas provinciales con representantes designados por las municipalidades y cuya función era asesorar al intendente y proponer planes de desarrollo local”. (BULNES ET AL., 1988. p. 125)

La idea de descentralización se sustentó en todas las ambiciones de los candidatos de diputados y senadores de los partidos políticos de ese entonces, quienes propusieron la creación de grandes provincias y asambleas provinciales capaces de dar mayor autonomía a las zonas extremas.

“El objetivo de la unidad política se cumplió a través de la forma en que se organizaron el gobierno, la administración interior y el régimen administrativo interno. La descentralización administrativa se pretendió alcanzar a través de la creación de las asambleas provinciales, pero dado el temor de los constituyentes ante todo lo que significa un debilitamiento del poder central, se remitieron a la ley para los efectos de establecer su organización y atribuciones”, señala el historiador. (BULNES ET AL., 1988. p. 126)

Buscaron también llegar al ideal de la descentralización administrativa, consagrado en el texto constitucional, en el artículo 107, que decía:

“Las leyes confiarán paulatinamente a los organismos provinciales o comunales, las atribuciones y facultades administrativas que ejerzan en la actualidad otras autoridades, con el fin de proceder a la descentralización del régimen administrativo interior”. (BULNES ET AL., 1988. p. 7)

Contrariamente a lo estipulado por la Constitución de 1925, el país se fue centralizando aún más, “de tal manera que las autoridades provinciales fueron perdiendo poder efectivo, al mismo tiempo que las municipalidades languidecían por falta de recursos y facultades. Por vía de excepción, en territorios determinados o sólo respecto de materias puntuales, se pusieron en operación instrumentos de planificación de desarrollo de carácter territorial”. (BULNES ET AL., 1988. p. 7)

Menos importante fue el intento de descentralización administrativa impulsado por el gobierno de Carlos Ibáñez del Campo, en 1927. De acuerdo a Villalobos, “el propósito fue reorganizar la división territorial atendiendo las características regionales y conformar unidades más vastas que permitiesen una mejor administración y el desarrollo de la cultura y el progreso. Se pretendía superar la exagerada subdivisión, que ocasionaba retardo y tropiezos en la acción gubernativa”. (BULNES ET AL., 1988. p. 126)

Finalmente, la reforma quedó sin efecto y se volvió a la división tradicional.

Helio Suárez indica que, en la década de 1950-1960, “se observa innumerables acciones que sientan las bases de una preocupación real por los problemas regionales. También existieron acciones que fueron impulsadas por las propias autoridades gubernamentales para solucionar aspectos geopolíticos, de colonización, etc”. (SUÁREZ, 1975. p. 25)

Una de estas acciones fue la regionalización propuesta por la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), “atendiendo a ciertos caracteres homogéneos, en especial los factores geográficos y económicos considerados conjuntamente.” (ERRÁZURIZ, ET AL., 1992. p. 26)

La siguiente enumeración es la regionalización propuesta por la CORFO en 1950:

- **Norte Grande:** Esta región se conformaba por las provincias de Tarapacá y Antofagasta. Es una zona desértica, cuya principal actividad económica es la minería.

- **Norte Chico:** Esta zona estaba formada por las provincias de Atacama y Coquimbo. Por sus características climáticas (desierto y estepa cálida), sus actividades económicas más importantes son la minería y la agricultura.

- **Núcleo Central:** Incluía las provincias de Aconcagua, Valparaíso, Santiago, O'Higgins, Colchagua, Curicó, Talca, Linares, Maule y Ñuble. A pesar de la diversidad de paisajes y clima mediterráneo de esta extensa región, su división, según la CORFO, se hacía difícil por razones económicas, históricas y humanas.

- **Concepción y La Frontera:** Esta región estaba formada por las provincias de Concepción, Biobío, Malleco, Arauco y Cautín. El clima tiene una estación seca pero breve, favoreciendo el cultivo de cereales y, en los bosques, la explotación de la madera.

- **Región de Los Lagos:** Esta zona estaba constituida por las provincias de Valdivia, Osorno y Llanquihue. Su paisaje se caracteriza por la presencia de lagos y de un clima carente de estación seca verdadera. La principal actividad económica es la agropecuaria.

- **Región de Los Canales:** Esta región estaba conformada por las provincias de Chiloé, Aisén y Magallanes. Posee un clima lluvioso y la actividad económica dominante es la ganadería de ovinos. (ERRÁZURIZ ET AL., 1992. pp. 26-27)

En la década de 1960-1970, se consolidó un conjunto de instituciones y disposiciones legales que permitían la coordinación en la inversión regional. Es así como entre 1964 y 1965, el departamento de planificación de la CORFO organizó la Oficina Nacional de Planificación (ODEPLAN).

La subdirección regional de esta institución elaboró entre 1965-1967, la primera división territorial del país en regiones. “Las regiones debían contar con una relativa autonomía socioeconómica, debiendo por lo tanto constituir un área integrada desde el punto de vista territorial, social y económico”. (ERRÁZURIZ ET AL., 1992. p. 27)

Esta regionalización fue oficializada en 1969 por D. S. N° 1.104 del Ministerio del Interior y fue la siguiente:

- I. Tarapacá
 - II. Antofagasta
 - III. Atacama-Coquimbo
 - IV. -Aconcagua
 - V. O’Higgins-Colchagua
 - VI. Curicó-Talca-Linares-Maule
 - VII. Ñuble-Concepción-Arauco-Biobio-Malleco
 - VIII. Cautín
 - IX. Valdivia-Osorno
 - X. Llanquihue-Chiloé-Aysén
 - XI. Magallanes
- Zona Metropolitana-Santiago (ERRÁZURIZ ET AL., 1992. p. 27)

1.4 Proceso de Regionalización de 1974

Los intentos descentralizadores realizados por los gobiernos en el sentido administrativo, no conseguían los objetivos esperados. Todas estas acciones sólo llevaron a que se optimizaran las condiciones para

que las provincias cumplieran mejor su dependencia directa del centro de poder del país.

El Decreto Ley 212 de 17 de diciembre de 1973 estipuló la creación de la Comisión Nacional de la Reforma Administrativa (CONARA), con el propósito de realizar los estudios necesarios para llevar a cabo la nueva regionalización.

El 27 de diciembre de 1973, CONARA presentó a consideración del gobierno de la época un estudio que incluía una proposición de ordenamiento jurídico de la administración del Estado, fases de la reforma administrativa y alternativas de regionalización del país.

En lo referente a las alternativas de regionalización planteadas, se consideraron dos grandes opciones. (SUÁREZ, 1975. p. 26)

a) Contar con grandes cinco áreas o macrorregiones, se argumentaba que era difícil lograr un despegue económico acelerado si se distraían recursos en pos de una mayor oportunidad regional.

b) Establecer 11 regiones de un tamaño adecuado para su desarrollo económico, administración y participación.

El gobierno de la época decidió por la alternativa de 11 regiones y ordenó a CONARA que sometiera en consulta estas materias a las provincias y principales Ministerios afectados, pero sólo en lo que se refería a límites y sistemas de administración. Ello se efectuó entre enero y abril de 1974.

El 30 de abril de 1974, CONARA presentó a consideración del gobierno, un análisis de todos los antecedentes y consultas, que modificaron el primer planteamiento de regionalización efectuado en Diciembre de 1973, adoptándose en definitiva la siguiente: (SUÁREZ, 1975. p. 28)

I Región: Provincia de Tarapacá; capital Iquique.

II Región: Provincia de Antofagasta; capital Antofagasta.

III Región: Provincia de Atacama; capital Copiapó.

IV Región: Provincia de Coquimbo; capital La Serena.

V Región: Provincias de Aconcagua y Valparaíso, incluyendo los territorios insulares y el Departamento de San Antonio; capital Valparaíso.

VI Región: Provincias de O'Higgins y Colchagua; capital Rancagua.

VII Región: Provincias de Curicó, Talca, Maule y Linares; capital Talca.

VIII Región: Provincias de Ñuble, Concepción, Arauco y Biobío; capital Concepción.

IX Región: Provincias de Malleco y Cautín; capital Temuco.

X Región: Provincias de Valdivia, Osorno, Llanquihue, Chiloé y Palena; capital Puerto Montt.

XI Región: Provincia de Aysén; capital Coyhaique.

XII Región: Provincia de Magallanes y el Territorio Antártico; capital Punta Arenas.

Área Metropolitana: Provincia de Santiago, excluido el departamento de San Antonio; capital Santiago.

Según la CONARA, “la meta de esta Reforma Integral es maximizar el rendimiento de la Administración Pública Chilena, en su rol básico normativo, fiscalizador y prestador de servicios a toda la población, acorde con los progresos que la dinámica de la era contemporánea nos ofrece, basado en el más espectacular avance científico y tecnológico de la historia de la humanidad, enfrentando con decisión la irrenunciable responsabilidad de reemplazar esquemas obsoletos por sistemas que aseguran dotar al país de una Administración Pública adecuadamente dimensionada, cuyo funcionamiento sea ágil, expedito y dinámico”. (CONARA, 1979. p. 1)

Esta regionalización estableció una división político-administrativa, que organizó al país en regiones, provincias y comunas.

- **Región:** Unidad territorial mayor o macrounidad con características geográficas e intereses sociales, económicos y culturales más o menos semejantes; que posee una población suficiente para impulsar su desarrollo y un centro administrativo o ‘lugar central’ que actúe como impulsor de las actividades regionales. La autoridad máxima es el Intendente. (ERRÁZURIZ ET AL., 1992. p. 20)

La CONARA estableció cinco condiciones para determinar una región:

1. Dotación de recursos naturales;
2. Disponibilidad de una estructura urbano-rural y de un lugar central que sirva de núcleo;
3. Una base poblacional suficiente como fuerza de trabajo y mercado de consumo;

4. Contemplar los objetivos de seguridad nacional;
 5. Tamaño geográfico que facilite la eficiencia en el manejo administrativo y de sus recursos. (BULNES ET AL., 1988. p. 65)
- **Provincia:** Unidad territorial de tamaño intermedio o microregión con características económicas semejantes. La provincia se delimita en función de un conjunto de entidades de población, urbanas y rurales, vinculadas por un sistema de vías de comunicación convergente en un centro urbano principal y con un equipamiento suficiente para las necesidades de sus habitantes. La autoridad máxima es el Gobernador.
 - **Comuna:** Unidad territorial menor en la que la acción gubernamental se ejerce en forma más directa, permitiendo una organización local más eficiente. Su delimitación esta basada en las características socioeconómicas y necesidades más específicas de los habitantes del lugar. El Alcalde es la máxima autoridad de la comuna. (ERRÁZURIZ ET AL., 1992. p. 20)

La regionalización adoptada en Chile en 1974, corresponde a la culminación de un proceso que se venía generando como respuesta al creciente centralismo que afectaba al país. Esta división tiene como propósito lograr una integración nacional. Esta integración sólo puede alcanzarse a través de:

- **Equilibrio entre recursos naturales y distribución de la población:** Se pretende el mejor aprovechamiento de los recursos y potencialidades de cada región, procurando también su industrialización, de tal modo que cada macrounidad adquiera un rol propio y definido dentro de la economía nacional.
- **Equilibrio entre población y espacio ocupado:** Debe tenderse a ocupar todo el territorio nacional, evitando los espacios vacíos, en los cuales no sólo se desaprovechan los recursos, sino que también pelagra una efectiva soberanía y defensa del territorio. Por otra parte, la excesiva aglomeración de población que crean los grandes centros urbanos, provoca cinturones marginales con el consecuente deterioro de las condiciones de vida.

- **Igualdad de oportunidades para todos los habitantes del país y participación de la población en el proceso de desarrollo:**

Este fundamento apunta a terminar con el excesivo centralismo administrativo que existía, el cual concentraba un alto porcentaje de las actividades en la capital nacional, en desmedro de los habitantes de las provincias. Además, la población debe tener acceso, en igual medida, a los servicios y acciones del gobierno, como asimismo participar en organismos en donde pueda manifestar sus necesidades y aspiraciones.

Una preocupación preponderante es el mejoramiento de los medios rurales, las áreas fronterizas y las de extrema pobreza, procurando que ellas se incorporen al proceso de desarrollo y que, a través de una acción programada, alcancen los servicios básicos, como educación, salud y vivienda. (ERRÁZURIZ ET AL., 1992. p. 28)

Respecto a este último punto, Hernán Godoy Urzúa menciona que “la participación social constituye el núcleo sociológico de la regionalización. Mediante de la participación efectiva, la regionalización será un proceso arraigado en las bases de la población, es decir, un proceso que tiene raíces y que va de ellas a la cúspide”. (BULNES ET AL., 1988. p. 69) Al contrario, Luz Bulnes señala que “uno de los aspectos más vulnerables de la actual regionalización reside precisamente en la escasa o nula participación de las personas, grupos y organizaciones representativas de la comunidad”. (BULNES ET AL., 1988. p. 69)

Jurídicamente, la nueva división territorial quedó oficializada en el Decreto Ley N° 573 de 1974, de rango constitucional, que estatuyó el Nuevo Sistema de Gobierno y Administración Interior del Estado, enmarcado en los principios de Estado Unitario y de Integración Nacional (Anexo N° 1). Simultáneamente, se publicó el Decreto Ley N° 575 de 1974, que estableció la nueva división político-administrativa del país en doce regiones y un Área Metropolitana de Santiago (Anexo N°2). (CONARA, 1979. p. 17)

La Junta de Gobierno planteó los siguientes objetivos de la regionalización:

- Es ineludible la necesidad de readecuar la división político-administrativa del territorio nacional para posibilitar el

cumplimiento de los objetivos antes enunciados. Lo anterior implica:

- a) Una organización administrativa descentralizada, con adecuados niveles de capacidad de decisión y en función de unidades territoriales definidas con tal fin;
- b) Una jerarquización de las unidades territoriales;
- c) Una dotación de autoridades y organismos en cada unidad territorial con igual nivel entre sí y facultades decisorias equivalentes, de modo que sea posible su efectiva complementación, y
- d) La integración de todos los sectores, mediante instituciones que los obliguen a proceder en conjunto y no aisladamente.

Hernán Godoy Urzúa analiza los logros alcanzados y los obstáculos que se han presentado en el proceso de regionalización. Entre los logros considerados están (BULNES ET AL., 1988. pp. 64-73):

1. *Creación del sistema legal de regionalización.* La Comisión Nacional de Reforma Administrativa (CONARA) logró la promulgación del decreto ley N° 575, de 13 de julio de 1974, que estableció la nueva división territorial en 13 regiones.
2. *Establecimiento de organismos de la regionalización.* La reforma administrativa y la regionalización establecieron cuatro niveles territoriales: nacional, regional, provincial y comunal. De esta división se distinguen varios subsistemas, tales como el gobierno y la administración interior, los servicios públicos, el subsistema técnico de planificación y coordinación y, por último, el subsistema de participación social de la comunidad.
3. *Instrumentos económicos y financieros.* Dentro del Presupuesto de la Nación se creó en 1975 el Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR). Como instrumento de la política fiscal

destinada a las regiones, principalmente a inversiones en obras públicas.

4. *Aspectos educacionales.* La iniciativa de descentralizar la enseñanza pública, entregando a las municipalidades la administración de las escuelas y colegios locales, constituye otro paso efectivo del proceso de regionalización, en la medida que logre una participación efectiva de la comunidad local.
5. *Avance material de las regiones.* Vinculados directa o indirectamente con el proceso de regionalización, cabe mencionar una serie de avances materiales en las diversas provincias y regiones, como el mejoramiento de las vías de comunicación vial, los nuevos edificios para los diversos servicios públicos, la ampliación de las redes de agua potable y alcantarillados, los conjuntos habitacionales para obreros y empleados con mejores ingresos.

Respecto a los obstáculos mencionados por Godoy Urzúa, se encuentran:

1. *Incumplimiento de los objetivos económicos:* En efecto, los índices económicos sugieren que no se ha alterado la concentración económica en la Región Metropolitana, que aporta más del 40% del producto geográfico bruto.
2. *Objetivos sociales de participación:* Uno de los aspectos más vulnerables de la actual regionalización reside precisamente en la escasa o nula participación de las personas, grupos y organizaciones representativas de la comunidad.
3. *Inhibiciones regionales para adoptar decisiones:* Asociado al déficit de participación social, otro punto vulnerable de la actual regionalización consiste en el escaso poder de decisión que en la práctica tienen las autoridades y organismos regionales, no obstante las atribuciones que poseen.

Un régimen jerárquico-autoritario parece difícilmente compatible con una regionalización que implique una efectiva desconcentración del poder.

4. *Omisión de los aspectos culturales regionales*: El hecho es que la regionalización no ha tomado en cuenta, ni menos se ha basado en la identidad cultural de las regiones con sus culturas, tradiciones, costumbre, características de su estructura social, tipos humanos e instituciones, además de sus paisajes geográficos y recursos naturales.

Región y cultura aparecen vinculadas por nexos de reciprocidad. La cultura contribuye a configurar cada región y el desarrollo de aquella fortalece la regionalización. Por ello, en gran parte la regionalización es un proceso cultural, además de económico y político-administrativo.

Cuando Patricio Aylwin asumió el gobierno, en 1990, la Concertación de Partidos por la Democracia –coalición a la cual este Presidente representó- se comprometió a “la democratización del país, lo que supone una descentralización eficiente y una participación activa y eficaz, con un pleno despliegue de los recursos regionales y locales para el desarrollo”. (FORTOUL, 1990. p. 19)

Los propósitos del programa de regionalización son:

- La democratización del aparato estatal, que incluya la participación y decisión de la ciudadanía en las distintas instancias del poder regional y local, como a su vez de las estructuras del Estado a través del fortalecimiento de las organizaciones sociales, para que éstas desarrollen en forma autónoma sus propias políticas de acción.
- La descentralización de la administración del Estado, dotando a las autoridades regionales y comunales de una autonomía institucional, financiera y técnica necesaria para que puedan elaborar proyectos y programas, enfrentar los problemas económicos, sociales y culturales en sus respectivos territorios y participación en la gestión local del desarrollo nacional. (FORTOUL, 1990. p. 19)

En el proceso de descentralización, los gobiernos de la Concertación reconocen los avances logrados. Sin embargo, admiten que estos mismos progresos requieren la consolidación de este proceso, al existir “la carencia de una Política de Estado o de Gobierno para la Descentralización, ya que su existencia marcará la ruta a partir de la cual el país en su conjunto revise su posición al respecto, analice las alternativas y decida sobre el tipo de Estado que desea construir y, por ende, el tipo de sociedad en la que desea vivir”. (WWW.SUBDERE.CL)

Jurídicamente, cabe señalar que la Constitución de 1980 mantiene en el artículo N° 3 la forma de Estado unitario y establece a continuación que su territorio se divide en regiones:

“El Estado de Chile es unitario, su territorio se divide en regiones. La ley propenderá a que su administración sea funcional y territorialmente descentralizada”. (CONSTITUCIÓN, 1980) (Anexo N° 3)

CAPITULO II:

MEDIOS DE COMUNICACION Y AGENDA SETTING

2.1 Comunicación y Medios de Comunicación

Antes de profundizar en el tema central de esta tesis, es necesario definir algunos términos básicos de la comunicación de masas.

Dentro de este proceso, es importante destacar la comunicación humana como base. El profesor Francisco Sanabria determina las siguientes características de ésta: (MARTÍNEZ ALBERTOS, 1993. p. 27)

1. Aunque se admita que el hombre pueda comunicarse con seres que no son hombres, sólo la comunicación entre seres humanos es comunicación humana;
2. se produce cuando alguno o algunos transmiten algo a otro u otros;
3. esa transmisión –no importa el medio o procedimiento que se emplee- es simbólica, es decir, realizada no materialmente, sino mediante signos que representan, expresan o sustituyen lo que se quiere transmitir;
4. el empleo de los signos es intencional y su significación convenida y compartida; por ello,
5. tales signos son utilizados con conciencia de que causarán un efecto más o menos previsible, de que provocarán una respuesta congruente;
6. la operación comunicativa es posible porque hay en el hombre un interés y una capacidad para producir y recibir estímulos simbólicos;
7. la capacidad sólo se actualiza socialmente, y

8. adopta las formas culturales del grupo.

Por lo tanto, la comunicación humana, básicamente, conlleva una intención de los participantes, quienes comparten un mismo código, producto de un proceso de socialización.

Harold D. Lasswell describe de la siguiente forma un acto de comunicación: “¿Quién dice qué? ¿En qué canal? ¿A quién? y ¿Con qué efecto?”. (MORAGAS SPÀ, 1993. p. 51)

Con la capacidad de comunicación que poseen los hombres, surge la comunicación de masas, que según Denis McQuail, “implica el contacto simultáneo entre un emisor y muchos receptores, y que permite una inmediata y extensa influencia, así como respuesta inmediata por parte de muchos individuos al mismo tiempo”. (OBANDO y PARRA, 2000. p. 10)

En consecuencia, sostiene Böckelmann, “la comunicación de masas puede comprender la transmisión de significados significativos de dominio general de contenidos de actualidad, de distracción o bien instructivos dirigidos a un conjunto de receptores, incontables para el comunicador heterogéneo, anónimo, pero no aislado socialmente, con ayuda de un montaje técnico”. (OBANDO y PARRA, 2000. p. 10)

Una vez expuestos a grandes rasgos cómo se presenta el fenómeno de la comunicación humana y de masas, amerita una revisión de las características generales de los medios de comunicación masiva, en su rol de recopilación y productor de noticias.

Señala Denis McQuail que “los medios de comunicación forman una institución en sí mismos, al desarrollar sus propias reglas y normas que vinculan las instituciones a la sociedad y a otras instituciones sociales. La institución de los medios de comunicación, a su vez, está regulada por la sociedad. Por consiguiente, los medios de comunicación constituyen un recurso muy poderoso como medio de control, manipulación e innovación de la sociedad que puede sustituir a las fuerzas a otros recursos”. (McQUAIL, 1991. pp. 21-22)

En este sentido, la sociedad constituye la principal plataforma de la cual los medios de comunicación obtienen la información que van a procesar, entregando una determinada imagen de la realidad a los integrantes de esta misma sociedad.

A continuación, se enumeran algunos de los rasgos específicos de los medios, según McQuail:

- La producción y distribución de ‘conocimientos’ en forma de información, ideas y cultura, en respuesta a las necesidades colectivas y sociales, así como a las demandas individuales.
- El suministro de canales para relacionar a ciertas personas con otras: emisores y receptores, miembros de una audiencia con otros miembros de la misma audiencia, de todo el mundo, con su sociedad y sus instituciones constitutivas. No se trata sólo de los canales físicos de la red de comunicación, sino también de los canales de costumbre y la comprensión que definen quien debería escuchar a quien, o quien es probable que lo haga.
- Los medios de comunicación operan casi exclusivamente en la esfera pública: transformándose en una institución abierta en la cual todos pueden participar como receptores y, en ciertas condiciones, también como emisores. La institución de los medios tiene también carácter público, en tanto los medios de comunicación de masas se refieren a las cuestiones acerca de las cuales puede existir o formarse una opinión pública (esto es, no cuestiones personales o privadas ni con aquellas reservadas al juicio experto o científico).
- La participación en la institución como miembro de la audiencia es esencialmente voluntario, sin coacción ni obligación social, en mayor medida que lo que ocurre en otras instituciones relativas a la distribución del conocimiento, como la educación, la religión o la política. Paralelamente, existe una asociación en el uso de los medios con el tiempo libre y una disociación respecto del trabajo y del deber. También en relación con esto se da la carencia formal de poder de la institución de los medios: no puede reclamar ninguna autoridad por sí misma en la sociedad, ni tiene ninguna organización que vincule a los particulares ‘de alto nivel’ (producción de mensajes) con los de ‘bajo nivel’ (las audiencias).
- La institución se relaciona con la industria y el mercado a través de su dependencia del trabajo pagado, la tecnología y la necesidad de financiamiento.

- Aunque carece de poder en si misma, la institución esta invariablemente unida al poder del Estado a través de algunos de sus usos habituales y de mecanismos legales e ideas legitimadoras que varían de un Estado a otro. (McQUAIL, 1991. p. 22)

En conclusión, los medios de comunicación son sistemas con la capacidad de unir y relacionar distintos grupos humanos, exponiendo a la luz pública los intereses y realidades de los miembros de esta sociedad.

2.2 Teoría Agenda Setting

Esta tesis tiene como propósito determinar la agenda temática de los diarios que pertenecen a la Sociedad Periodística Araucanía y que se publican en la Décima Región: El Diario Austral de Valdivia, El Diario Austral de Osorno y El Llanquihue de Puerto Montt. Para llevar a cabo esta finalidad, es necesario desarrollar conceptualmente la teoría llamada “*Agenda Setting*”.

Dentro del estudio sobre la comunicación de masas y el poder de los medios de comunicación, surge en los años 70 y 80 una fuerte corriente que pone en duda que el impacto de los medios fuera limitado.

En este contexto, “la *agenda setting* partió del estudio de la comunicación política que centró el interés por el análisis de los efectos de la comunicación de masas que no resultaban de un proceso de persuasión, sino de la presencia pública de ciertas informaciones/conocimientos sobre el entorno”. (SAPERAS, 1987. p. 56)

En 1972 Maxwell McCombs y Donald Shaw publicaron un artículo llamado “*Agenda Setting Functions of the Mass Media*”, en *Public Opinion Quarterly*, sobre la capacidad de los medios informativos para establecer la agenda en la elección presidencial estadounidense de 1968. “McCombs y Shaw se concentraron en la transmisión de información –lo que la gente en realidad aprende de las notas periodísticas, antes que el cambio de actitud-. Su estudio se inició como una corriente de investigación empírica que demostró la importancia de los medios como transmisores de información política”. (McCOMBS y SHAW en GRABER, 1986. p. 81)

En 1922, Walter Lippmann, en su libro "*Public Opinion*", ya destacaba el rol de la prensa en la orientación de los lectores hacia los temas de mayor interés colectivo. (SAPERAS, 1987. p.57)

Según McCombs, la tesis que explica Lippmann en su libro "es que los medios de comunicación social son el principal puente entre el mundo allá afuera y el de las imágenes que portamos dentro de nuestras mentes, imágenes que a veces varían enormemente de la realidad". (McCOMBS, 1999.p.10)

Saperas también destaca a Robert Ezra Park y su libro "*The City*", por contribuir a la investigación sobre "el poder de los medios para el establecimiento de cierto orden de preferencia en la capacidad de discriminación en los temas presentes en la prensa". (SAPERAS, 1987. p.57)

De acuerdo a McCombs, "la *Agenda Setting* lleva esta idea, desarrollada inicialmente por Lippmann, a una teoría que tiene que ver con la transferencia de la relevancia coyuntural de los elementos de la agenda de los medios a la agenda del público". (McCOMBS, 1999. p. 10)

Es decir, los elementos que son importantes para los medios, lo son también para las personas. Por lo tanto, los individuos no sólo reciben información de los medios sino también prioridades.

2.3 Elementos de la Teoría *Agenda Setting*

Como ya mencionamos, la teoría de *Agenda Setting* investiga de qué forma funcionan el control y el poder de los medios de comunicación sobre el público que se informa a través de ellos.

Esta teoría "se desarrolla a partir de un interés general hacia la forma en que la gente organiza y estructura la realidad circundante. La metáfora de la *Agenda Setting* es una macrodescripción de este proceso. Se basa en algunas aserciones e interrogantes específicos sobre el tipo de estrategias activadas por los sujetos al estructurar su propio mundo". (WOLF, 1987. p. 187)

Shaw sostiene que "como consecuencia de los periódicos, de la televisión y de los demás medios de información, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios públicos. La gente tiende a incluir o a excluir de su propio contenido. El público además tiende a asignar a lo que incluye una importancia que refleja el énfasis

atribuido por los *mass media* a los acontecimientos, a las personas”. (WOLF, 1987. p. 163)

La cobertura de los medios legitima un punto de vista dado en la narración de una historia, dotando al público de las frases, apreciaciones, y conceptos que pueda usar en su diaria interacción social.

Los medios de comunicación pueden generar efectos de tipo cognitivo, esto es, “relativo a imágenes de realidad y al conocimiento que difunden, construyen o establecen en el tiempo”. (WOLF, 1994. p. 55)

Dentro de la teoría de *Agenda Setting*, es posible conocer tres factores que son primordiales para determinar el efecto agenda de los medios y establecer la demostración empírica de esta teoría:

1. La agenda los *media* (composición y formación).
2. El reconocimiento de las agendas.
3. La naturaleza de los efectos cognitivos resultantes de la capacidad de establecer la agenda temática: Estudio del “*Time-Frame*”. (SAPERAS, 1987. p. 65)

A continuación se presentará un detalle de cada uno de las variables antes mencionadas:

La agenda de los *media* (composición y formación):

Se reconoce la existencia de determinados ítems de actualidad con presencia en el discurso de los medios. A estos ítems de actualidad se les denomina “*salience*” y constituye las unidades de contenido que consideradas en su conjunto y mediante su repetición durante un periodo, determinará la agenda del medio.

Esta distinción se fundamenta en la afirmación ya expresada en la primera formulación de Bernard Cohen, de que los medios no determinan qué piensa la gente, sino sobre qué piensa la gente. En el primer caso, nos referimos al contenido o comunicación recomendada. En el segundo caso, nos referimos a los medios de comunicación como fuentes de influencia que determinan sobre qué piensa la gente, nos planteamos la “*salience*” como un ítem temático que otorga prioridades a ciertas informaciones.

En definitiva, este componente de la agenda de los medios dependerá de la acción de los “*gatekeepers*” que son los actores profesionales que individual y organizativamente, determinan los ítems de actualidad valorados como relevantes en cada momento.

Los temas de actualidad se complementan mediante la noción de “*issue*” que podríamos definir como un conocimiento (o saber) público o colectivo. En definitiva, las “*issues*” se desarrollan mediante un proceso dinámico y actúan de manera contingente a lo largo del proceso de formación de la agenda temática.

El reconocimiento de las agendas:

Se reconocen cuatro tipos de agenda. En primer lugar, existe una agenda intrapersonal que puede definirse como el conjunto de temas de actualidad que dispone un individuo considerado aisladamente: sobre qué piensa y con qué grado de relevancia.

En segundo lugar, se reconoce la existencia de una agenda interpersonal, es decir, el conjunto de temas de actualidad que las personas suponen de mayor interés para el resto de los individuos.

En tercer lugar se sitúa la agenda del medio formada por el conjunto de los temas de actualidad presentes en los medios durante un periodo.

Y, por último, podemos reconocer la agenda pública como el conjunto de temas que reclaman la atención pública durante un periodo.

La naturaleza de los efectos cognitivos resultantes de la capacidad de establecer la agenda temática: Estudio del “*Time-Frame*”, consideración de los efectos acumulativos y estudio del proceso de establecimiento de la agenda temática

Los efectos de agenda se producen teniendo en cuenta un marco temporal o periodo en el que los medios proponen un tema mediante ítems de actualidad, los miembros de la audiencia reconocen dicho tema y le asignan una prioridad y una importancia apropiada según la acción de los medios de comunicación de masas.

El “*Time-Frame*” o marco temporal puede definirse como el periodo durante el cual la formación de la agenda temática tiene lugar.

(SAPERAS, 1987. pp. 65-71)

Rogers y Dearing sostienen que la agenda del medio “se refiere a las prioridades de atención a los temas y acontecimientos en el contenido de los medios”. (ROGERS y DEARING en McQUAIL y WINDAHL, 1997. p.134)

Estos autores señalan que la agenda del medio tiene las siguientes interacciones:

1. Los medios de difusión influyen directamente en la agenda pública, presumiblemente por el grado de atención que se les presta y por su autoridad.
2. Tiene influencia directa independiente en la agenda política, porque es usada por los políticos como guía de la opinión pública.
3. En algunos casos, la agenda política tiene una influencia fuerte y directa sobre la agenda de los medios.
4. La agenda de los medios está influida directamente por muchas fuentes y por los ‘sucesos del mundo real’ que llaman la atención de los medios. (ROGERS y DEARING en McQUAIL y WINDAHL, 1997. pp. 134-135)

Por lo tanto, la agenda temática del medio es el resultado de un proceso de discusión, selección y organización de los temas y hechos, de acuerdo a los supuestos intereses del público, de los intereses de los periodistas en particular y del medio de información en general.

Para propósitos de este estudio, nos abocaremos a realizar un análisis de la agenda temática del medio.

2.4 Niveles de la Agenda Setting

En el estudio de la teoría de la *Agenda Setting* se presentan dos niveles:

1. Los objetos: se relacionan con el contenido de la imagen en la mente de las personas.
2. Los atributos: es decir, cómo es la imagen propiamente tal.

Esta es una línea de investigación más bien reciente, ya que desde los años 80, estudiosos en comunicación social han profundizado en esta nueva fase de la teoría de *Agenda Setting*.

McCombs afirma que “el punto inicial es siempre el impacto que tiene la fijación de la agenda de los medios en la agenda pública. La agenda puede estar compuesta por muchos temas distintos. Cada uno de estos objetos tiene toda una variedad de atributos, es decir, cuando los medios presentan un objeto: un problema público, un candidato político... no sólo dicen aquí está la educación o la delincuencia o el candidato, también les dicen algo sobre esos objetos, describen esos objetos. Los medios también presentan una agenda de atributos, los atributos tienen prominencia, relevancia, importancia percibida, tal como los objetos la tienen.” (McCOMBS, 1999. p. 11)

La agenda temática es, entonces, capaz de presentar una jerarquía de atributos y de propiedades de los temas que incluye. Entonces, básicamente, los dos niveles de la teoría en estudio establecen los temas en qué pensar y las características que los medios desean resaltar.

Cuando los medios presentan un tema, exponen sus propiedades. Algunos de ellos son acentuados; otros sólo son enunciados de manera discreta; y muchos son definitivamente ignorados.

La consecuencia que se saca de todo esto “es que nos encontramos en una sociedad, si no manipulada sí al menos manejada por los medios de comunicación y los gobiernos de los países; y no estamos manejados en cuanto a lo que podamos pensar sino en cuanto a sobre qué nos dejan pensar”. (CHOMSKY – MONOGRAFÍAS.COM)

Por consiguiente, las personas no sólo aprehenden información sobre asuntos públicos y sucesos desde los medios de comunicación, sino también cuánta importancia y qué atributos hay que asignarle a los temas noticiosos.

2.5 Tematización

Uno de los procesos más importantes que ayudan a conformar la agenda temática es la tematización. Su relevancia radica en que como producto de ella, surgen los temas que estarán presentes en la agenda del medio y, por consiguiente, la del público.

La tematización es “un procedimiento informativo perteneciente a la *Agenda Setting*, del que representa una modalidad particular: tematizar un problema significa, efectivamente, colocarlo en el orden del día de la atención del público, concederle la importancia adecuada, subrayar su centralidad y su significatividad respecto al curso normal de la información no tematizada”. (WOLF, 1987. p. 185)

Las interrogantes sobre cómo los medios de comunicación deciden qué hechos reportear y cómo se debe llevar a cabo esta tarea, son cuestiones muy importantes en el estudio de la comunicación masiva.

McQuail y Windahl señalan que “la idea básica es que, dado un elenco determinado de problemas y temas, los que obtengan mayor atención por parte de los medios de difusión resultarán más familiares y parecerán más importantes durante un tiempo; y pasará lo contrario con los que obtengan menos”. (McQUAIL y WINDAHL, 1997. p. 131)

El proceso de tematización, y el estudio de las reglas que lo ejecutan, “nos permitirá el reconocimiento de los mecanismos que permiten la existencia de una comunicación pública que se limita, necesariamente, a ciertos temas (reducidos en cuanto a su número) precisamente por su carácter público o compartido mayoritariamente por la población de un Estado”. (SAPERAS, 1987. p. 92)

La tematización se define, en palabras de Angelo Agostini, como: “un proceso que se realiza en la relación establecida entre el sistema político y la opinión pública, a través de la mediación de los *mass media*. De esta manera los medios de comunicación han sido considerados no como los protagonistas sino precisamente sólo los mediadores de esta relación”. (SAPERAS, 1987. p. 93)

El análisis de la tematización nos permite aproximarnos a la realidad de la opinión pública transformada por la influencia que ejercen los medios de comunicación de masas. Por ejemplo, el número de veces en que una historia es repetida, afectará en la percepción de las personas sobre la importancia de tal información.

La existencia de este proceso, llevado a cabo por los medios, reconoce una acción estable en cada elemento participante. Niklas Luhmann señala que “esta relación permite el mantenimiento de unos criterios de selección temática capaz de orientar la atención del público” (SAPERAS, 1987. p. 99). Estas reglas o criterios determinan como el público guía su atención hacia el número limitado de temas propuestos para el público.

La selección de temas en este proceso es producida según criterios que derivan de consideraciones relativas a:

- a) Las características sustantivas de las noticias; su contenido;
- b) La disponibilidad del material y los criterios relativos al producto informativo;
- c) El público;
- d) La competencia. (WOLF, 1987. p. 228)

Es decir, los temas a seleccionar como noticia estarán relacionados con las evaluaciones del acontecimiento propiamente tal, el proceso de producción y de realización por los profesionales del área, las características que poseen los destinatarios y las relaciones del mercado informativo.

2.5.1 Etapas del proceso de tematización

A continuación, nos abocaremos a las etapas que componen el proceso antes explicado.

La primera etapa del proceso de tematización es la Selección. Manuel López señala que “la selección se realiza en función de las siguientes premisas: fuentes que merecen garantías y han sido homologadas por el medio; escenarios –espacios y ámbitos- en los que siempre encontramos noticias y, en tercer lugar, nuestra frecuencia temporal de salida al mercado, que condiciona absolutamente el producto”. (LÓPEZ, 1995. p. 46)

Según Wolf, “no todos los temas y problemas son susceptibles de tematización, sino tan sólo los que explicitan una importancia político-social. Los *mass media*, por tanto, tematizan dentro de unos márgenes que no definen, sobre un territorio que no delimitan sino que simplemente reconocen y rastrillan”. (WOLF, 1987. p. 185)

La selección de temas está regida por el tipo de fuentes que existe, el ambiente social y cultural, la periodicidad del medio y el público objetivo.

Un segundo paso a seguir en este proceso de tematización es la inclusión y exclusión, que “consiste en quedarse ‘realmente’ con lo más interesante de entre el material interesante. Es decir, vamos a incluir en la agenda temática –o pauta- de nuestro medio tan sólo aquello que

estrictamente va a caber en las páginas (o el minutaje en televisión y radio). En realidad vamos a incluir todo aquello que consideremos que debería caber”. (LÓPEZ, 1995. p. 47)

En esta etapa surge la discusión de los miembros del medio respecto de las características de los hechos que merecen ser reportados, de acuerdo a las propiedades de dicho medio.

El tercer paso es la jerarquización, esto es, “ordenar, priorizar, destacar algo sobre la masa y relativizar otros temas”. (LÓPEZ, 1995. p. 48)

En esta etapa se decide “qué informaciones serán utilizadas como ‘banderas’ del medio para atraer la atención del público y, al mismo tiempo, servirán para popularizar personajes y temas o conflictos”. (LÓPEZ, 1995. p. 48)

En este paso se da una valoración de los hechos por parte de los editores y periodistas, con el fin de cautivar a los lectores (televidentes o auditores).

“La ‘producción del temario periodístico’ o el establecimiento de la agenda temática conlleva el peligro de la parcialidad, del sectarismo, del subjetivismo. Estos tres aspectos son las consecuencias negativas de la operación periodística recopilar- seleccionar- incluir- excluir y jerarquizar”. (LÓPEZ, 1995. p. 109)

En suma, el proceso de tematización consiste en resolver qué entra y qué queda fuera de la pauta noticiosa. Después, se produce una jerarquización y valoración de temas de interés público. Por último, se determina el temario final que concentra la atención pública y genera una serie de noticias eliminando otras.

Este proceso puede provocar que los periodistas “puedan inventar la realidad”. Lo que es, según López, muy diferente a “inventar noticias”. (LÓPEZ, 1995. p. 109)

2.5.2 Pauta

Para fines de esta investigación se hace necesario aclarar que la agenda temática - en los medios de comunicación de nuestro país, y, por ende, en los diarios de la Décima Región - se denomina “pauta”.

La pauta es el resultado de un proceso de selección, discusión y jerarquización de los temas que el medio de información decide investigar para ofrecer al público.

Mar de Fontcuberta explica que la construcción de la pauta se basa en “la combinación de distintos factores que son de diversa índole pero que responden a tres tipos de razones:

- a) La demanda de información del público;
- b) el interés de un medio en dar a conocer a su audiencia determinados hechos; y
- c) el propósito de distintos sectores de la sociedad de informar al público, a través de los medios, de determinados hechos que sirven a sus intereses”. (WWW.PER.PUC.CL)

En la pauta o agenda del medio se incluyen aquellos hechos que pueden convertirse en noticia. En la pauta se anotan los eventos programados e imprevistos.

Según M. López los eventos programados o previsiones fijas son “las citas oficiales que se registran periódicamente” y los imprevistos “son las que genera la propia actualidad”. (LÓPEZ, 1995. pp. 150-ss)

De Fontcuberta indica que “el criterio que debe imperar a la hora de ordenar la pauta es el de considerar, no sólo el origen donde se produce la información, sino el alcance de sus repercusiones y su relación con el resto de las noticias que la acompañan”. (WWW.PER.PUC.CL)

A continuación expondremos un paralelo entre los conceptos de agenda temática, según la teoría de *Agenda Setting*, y la pauta:

Agenda Setting

Agenda Temática

- *Saliencia*

Pauta Periodística

- Frentes y fuentes
- Agencias informativas, comunicados de prensa,
- temas en el tiempo
- impredecibles

- <i>Gatekeeper</i>	- Editor - Director - Periodistas
- <i>Issue</i>	- Discusión (intercambio de ideas)
- Tematización	- Selección de temas definitivos para la edición
- Newsmaking	- Reporteo de la pauta, principalmente en los frentes y fuentes o agenda del medio

Figura 1

El paralelo presenta los conceptos teóricos de la agenda temática y los compara con el uso diario de la pauta en los medios de comunicación.

2.5.3 Fuentes

Al momento de construir la pauta diaria de un medio de comunicación, también se debe tener en consideración la procedencia de la información.

Por consiguiente, es importante, dentro de la sección de tematización, ahondar en el concepto de fuente y sus tipos. Manuel López define a una fuente informativa “como un canal -persona o institución- que nos proporciona datos sustanciales o complementarios -al ser testigo directo o indirecto- para poder confeccionar noticias, reportajes, crónicas e informes”. (LÓPEZ, 1995. p. 31)

La correspondencia entre fuente informativa y noticia es estrecha. “Tan directa es esta relación que la elección y selección de fuentes va a condicionar nuestra labor en un periódico, emisora de radio, televisión o agencia de noticias”. (LÓPEZ, 1995. p. 32)

Mientras más fuentes existan para la cobertura de una noticia, más información habrá. En este sentido, la fuente es la base donde

acude el periodista para obtener datos y opiniones respecto a un hecho determinado. La fuente ayuda a dar cuerpo a la noticia.

López clasifica a las fuentes en cuatro tipos: Fuentes propias, fuentes institucionales, fuentes espontáneas y fuentes confidenciales y anónimas. (LÓPEZ, 1995. pp. 37-ss.)

Las *fuentes propias* son las establecidas por el propio medio: la parrilla de periodistas es la base de este tipo de fuentes, pero también los pactos del editor con empresas e instituciones.

En este caso, los medios consideran los comunicados de prensa, las cartas de los lectores, denuncias del público y la observación directa del periodista

Las *fuentes institucionales* son aquellas procedentes de los que hemos convenido en calificar de poder: financiero, político y religioso, especialmente, pero también social.

Las *fuentes espontáneas* son las más interesantes porque proceden de aquellos sectores de la sociedad que generalmente entran en conflicto con las grandes corporaciones que constituyen el poder. Es lo que usualmente se llama 'el hombre de la calle'.

El valor de esta fuente es que contrapesan la estrategia de los poderosos y, específicamente, sus opiniones responden a los intereses y preocupaciones de la mayoría de los ciudadanos, por esto es tan importante tenerlos siempre presentes.

Las *fuentes confidenciales* están relacionadas con el poder y a través de ellas obtenemos documentos e informes de gran valor periodístico a los que no hemos podido acceder por vías convencionales.

Las *fuentes anónimas* suelen ser personas que informan de algún hecho de interés periodístico pero que lo hacen sin darse a conocer.

Altheide sostiene que “la importancia de algunas fuentes que hacen posible una cobertura programada se refleja sobre la cantidad y sobre la naturaleza de las noticias. Por ejemplo, las noticias varían según el período de la jornada (las noches son ‘pobres’ periodísticamente), según los días de la semana (los fines de semana son ‘pobres’), según los meses del año (el verano presenta el mismo carácter). Estas variaciones pueden atribuirse a las fuentes dominantes del aparato de información”. (WOLF, 1987. p. 251)

2.6 Gatekeeper

Una de las ideas que se relacionan directamente con la teoría de la “*Agenda Setting*” es la presencia del *gatekeeper*.

El término inglés *gatekeeper* tiene como traducción ‘guardabarreras’ o ‘portero’. “Es una figura periodística que define a aquel profesional que tiene por misión decidir sobre el contenido de las informaciones. Es, por decirlo así, un ‘filtrador’ más que un ‘filtro’ ”. (LÓPEZ, 1995. p. 15)

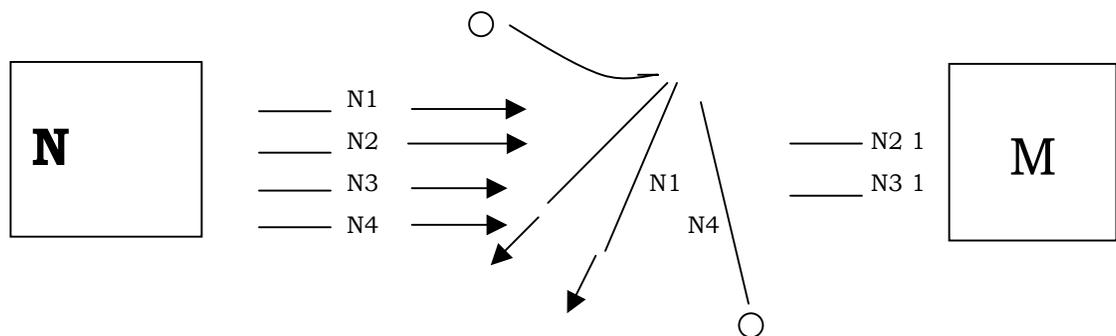
Juan Beneyto señala que “el *gatekeeper* es la persona por la que pasan todas las noticias en la redacción de cualquier medio de comunicación y quien filtra la información o la ‘depura’ antes de que sea publicada o emitida”. (BENEYTO, 1982. p. 29)

En la práctica, el *gatekeeper* viene a ser el editor, el jefe de sección, el jefe de redacción e, incluso, el mismo director del medio.

El *gatekeeper* plantea muchos de los temas que serán parte de la pauta o agenda del medio, orienta a los periodistas en cuanto al tipo de fuentes que consultarán y al tratamiento que le darán a la información. Además se encarga de darle forma a la entrega de la información a través del medio. Por ejemplo, en el caso de la prensa escrita también coordina la diagramación de los ejemplares.

Kurt Lewin, en 1947, en su investigación sobre el poder de la publicidad “advirtió que la información tiene que fluir siempre a través de determinados canales que se convierten en ‘pasos obligatorios’ en los que se toman decisiones –ya sea de acuerdo con reglas imparciales o de modo personal por parte del ‘selector’- acerca de si se va a permitir que la información o los bienes accedan o continúen en el canal”. (McQUAIL y WINDAHL, 1997. p. 193)

Producto de esta investigación, en 1950 D. M. White utilizó este término en su estudio sobre quién debe seleccionar las noticias y determinó el siguiente esquema para graficar la conducta del *gatekeeper* (Fig.2): (WHITE en McQUAIL y WINDAHL, 1997. p. 194)



N: Fuente de ítems noticiosos
N1, 2, 3, 4: Ítems noticiosos
N2 1, 3 1: Ítems seleccionados
M: Audiencias
N1, N4: Ítems descartados

MODELO SENCILLO DEL *GATEKEEPER* (WHITE, 1950)

Figura 2

White centró su estudio del *gatekeeper* “en los individuos, considerados aisladamente, que actúan en las empresas periodísticas seleccionando las informaciones de agencias o de los acontecimientos que se suceden en el entorno al considerarlas como más relevantes o de mayor interés para una determinada audiencia. La actividad del *gatekeeper* se nos muestra como el resultado de una acción individual y subjetiva fundamentada en la propia experiencia profesional y en el aprendizaje cotidiano”. (SAPERAS, 1987. p. 61)

Saperas afirma que “los *gatekeepers* en los *media*, en primer lugar, determinan qué acontecimientos son periodísticamente interesantes y cuáles no, y asigna una diferente relevancia en términos de diversas variables como la extensión (en espacio o en tiempo), la importancia (tiempo de titulares, localización en los diarios, frecuencia de aparición, posición en el conjunto de las noticias) y el grado de conflictividad (la manera cómo se presenta el material periodístico), de todos los ítems que deben pasar por el tamiz”. (SAPERAS, 1987. p. 60)

Es el *gatekeeper* quien puede enaltecer o desacreditar a algún personaje o institución, a través de su permanencia en la agenda, durante un periodo determinado.

“Las decisiones del *gatekeeper* no son realizadas sobre la base de una valoración individual de noticiabilidad, sino más bien en relación a un conjunto de valores que incluyen criterios profesionales y organizativos, como eficiencia, producción de noticias y velocidad”. (WOLF, 1987. p. 206)

La función del *gatekeeper* se inicia antes del proceso de tematización y debe estar atento a los cambios que se produzcan en la agenda a lo largo del día. Su labor contempla todo el proceso de producción de noticias hasta el producto final.

2.7 **News-making o Producción de Noticias**

Continuando con el desarrollo teórico de la *Agenda Setting* y los elementos concernientes a ésta, es necesario tener en cuenta al proceso llamado *news-making* o producción de noticias.

Altheide afirma que noticia es “el producto de un proceso organizado que implica una perspectiva práctica sobre los acontecimientos, destinada a reunirlos, a dar valoraciones simples y directas sobre sus relaciones, y a hacerlo de manera que logren entretener a los espectadores” (ALTHEIDE en WOLF, 1987. p. 206). Por su parte, Javier Valenzuela indica que noticia es “lo que es importante o interesante para un amplio grupo de ciudadanos; las noticias tienen que haber sido confirmadas por, al menos, dos fuentes independientes entre sí”. (LÓPEZ, 1995. p. 14)

Es el resultado final de la investigación y valoración que hace un medio de información respecto a un hecho actual o que cobra vigencia. Este hecho se vuelve noticia por sus características distintivas, la intención del medio en su cobertura y el desequilibrio que puede provocar en la sociedad.

Esta noción se refiere a la forma en que un tema llega a ser noticia. “Es el proceso profesional-industrial por el que los informadores toman lo que consideran la parte más importante del material noticiable para ofrecerlo a su público a través de una determinada y metodológica presentación”. (LÓPEZ, 1995. p. 121)

Dentro de este proceso de organización de información, Gans determina tres categorías de noticias:

- a) Las noticias que permiten una identificación por parte del espectador;
- b) las noticias-de-servicio
- c) las llamadas *non-burdening stories*, es decir, noticias ligeras, que no abruman al espectador con demasiados detalles o con historias deprimentes o poco interesantes. (GANS en WOLF, 1987. p. 244)

Según Wolf, la producción de noticias “se articula principalmente entre dos polos: la cultura profesional de los

periodistas, la organización del trabajo y de los procesos productivos”. (WOLF, 1987. p. 214)

La cultura profesional, de acuerdo a Garbarino, es como “un inextricable amasijo de retóricas de fachada y astucias tácticas, de códigos, estereotipos, símbolos, tipificaciones latentes, representaciones de roles, rituales y convenciones, relativos a las funciones de los *media* y de los periodistas en la sociedad, a la concepción de los productos-noticia, y a las modalidades que dominan su confección”. (GARBARINO en WOLF, 1987. p. 215)

Respecto a la organización del trabajo, este autor señala que “existen restricciones relacionadas, sobre las que se construyen convenciones profesionales que determinan la definición de noticia, legitiman el proceso productivo (desde el uso de las modalidades de confección) y contribuyen a prevenir las críticas del público”. (GARBARINO en WOLF, 1987. p. 215)

La valorización de una noticia no siempre significa importancia. De acuerdo a lo dicho por Albert Kientz, “con frecuencia, la prensa cotidiana es objeto de reproches por sacrificar las informaciones importantes en beneficio de aquéllas que son periodísticamente interesantes, por preferir lo ‘sensacional’, lo que provoca sensaciones y escalofríos (los sucesos), a las informaciones ‘serias’ (noticias políticas, económicas, etc.)”. (KIENZ, 1976. p. 105)

En muchas ocasiones, la naturaleza conflictiva de un tema es un valor agregado a la hora de calificar a un hecho como noticioso. Hay muchos acontecimientos sociales que nunca llegarán a ser un *issue* o tema noticioso. Este tipo de suceso necesita de exposición y cobertura de los medios para que puedan ser considerados asuntos públicos.

En ese sentido, las noticias más trascendentales deberían ser las que preocupen a la mayoría de modo esencial. Se debe producir un cuestionamiento en la clasificación de los temas llamados noticiosos. Como dice McCombs, “hay que reinventar la noticia. Para eso, necesitamos una nueva versión de las noticias que constituya un argumento incentivador para que la gente preste atención y se informe de los temas que está enfrentando la sociedad”. (McCOMBS, 1999. p. 11)

2.7.1 Noticiabilidad

Como se menciona anteriormente, para que un tema se convierta en noticia, debe reunir ciertas características o condiciones

que lo hagan atractivo e interesante para el medio de comunicación. Aquí surge el concepto de noticiabilidad.

Mauro Wolf la define como “el conjunto de requisitos que se exige a los acontecimientos –desde el punto de vista de la estructura del trabajo en los aparatos informativos y desde el punto de vista de la profesionalidad de los periodistas- para adquirir la existencia pública de noticias”. (WOLF, 1987. p. 216)

Existen ciertas variables que determinan la noticia que, según Galtung y Ruge, “intervienen entre el acontecimiento y la imagen que de él dan los medios de difusión.” Los factores noticiosos son los siguientes: (GALTUNG y RUGE en McQUAIL y WINDAHL, 1997. p. 199-ss.)

1. *Intervalo*. Hay mayor probabilidad de que se informe acerca de un acontecimiento si éste se produce en un tiempo ajustado a la periodicidad del medio.
2. *Valor de Intensidad o de Umbral*. Es más probable que se advierta un acontecimiento si es de gran magnitud o si su nivel normal de significación se incrementa repentinamente, de tal forma que suscite una atención especial. Esto se da cuando ya hay normalmente cierta vigilancia por parte de los medios: como por ejemplo con respecto al gobierno, a los asuntos económicos a los conflictos aún no resueltos.
3. *Claridad/Ausencia de Ambigüedad*. Cuanto menos dudoso es el significado de un acontecimiento, más probable es que sea propicio para su tratamiento informativo.
4. *Proximidad Cultural o Relevancia*. Cuanto mayor es la proximidad del acontecimiento a la cultura y a los intereses de la audiencia que se pretende alcanzar, más probable es la selección.
5. *Consonancia*. Un acontecimiento que está en armonía con ciertas expectativas o predisposiciones establecidas, es más probable que sea seleccionado que aquel que no se adecua a las expectativas.

6. *Imprevisibilidad.* Entre aquellos acontecimientos que tienen el mismo grado de consonancia en el sentido indicado en 5), es más probable que sean seleccionados aquellos acontecimientos menos usuales y menos predecibles.
7. *Continuidad.* Una vez que un acontecimiento ha sido definido como noticiable, se producirá un impulso para la consideración continua del acontecimiento o de sucesos que guardan relación con él.
8. *Composición.* Los acontecimientos noticiables se seleccionan de acuerdo con su situación en un conjunto equilibrado (el periódico o el programa informativo), y por consiguiente algunos acontecimientos son seleccionados para conseguir un contraste.
9. *Los valores socioculturales* de la sociedad receptora o de los *gatekeepers*, influirán en la elección aún más que todos los otros factores mencionados.

La existencia de estos factores dentro de las características del hecho o acontecimiento determinará su selección para formar parte de la agenda del medio

Otro elemento importante de la noticiabilidad es el valor/noticia. Los valores/noticia son “criterios de importancia difundidos a lo largo de todo el proceso de producción: es decir, éstos no están sólo presentes en la selección de las noticias, sino que impregnan también las fases sucesivas del proceso, aunque con distinto grado de importancia”. (GOLDING y ELLIOT en WOLF, 1987. p. 223)

Estos valores/noticia no sólo establecerán la selección de información que será reportada, sino también regirá la presentación y tratamiento de la información.

De acuerdo a Wolf, la importancia de un acontecimiento está dada por las siguientes variables: (WOLF, 1987. pp. 228-ss.)

1. *Grado y nivel jerárquico de los sujetos implicados en el acontecimiento noticiable*, tanto en lo concerniente a las instituciones gubernativas como a los demás organismos y jerarquías sociales.

2. *Impacto sobre la nación y sobre el interés nacional.* La importancia respecto al sistema de valores ideológicos y a los intereses propios del país en cuestión determina la importancia de un acontecimiento.
3. *Cantidad de personas implicadas en el acontecimiento* (de hecho o potencialmente).
4. *Importancia y significatividad del acontecimiento respecto a la evolución futura de una determinada situación.* La importancia de una noticia puede ser distintamente enfatizada, subrayada o acentuada respecto, por ejemplo, a los valores/noticia relativos a la competencia (exclusiva de una entrevista, material filmado particularmente significativo, etc.) o respecto a los correspondientes al producto y a sus características técnicas.

En resumen, estas variables determinarán que un hecho o acontecimiento sea considerado en la agenda temática de un medio.

CAPITULO III:

ENFOQUE SOCIOLOGICO

3.1 Efectos Cognitivos

Los medios de comunicación pueden influir de forma importante en las personas y en los asuntos que les ocupan diariamente. Según los postulados de la *Agenda Setting*, los medios masivos tienen la capacidad de determinar la forma de pensar del público y, por lo tanto, condicionar su conocimiento y la forma de desenvolverse socialmente. Es decir, las personas pueden “aprender” de estos medios.

Esta hipótesis apoya la idea de que los medios no cambian las actitudes del público, sino que su efecto apunta a la cognición de éste. O sea, los medios tienen un efecto indirecto sobre las personas.

Durante mucho tiempo el estudio de los efectos estuvo relacionado a lo que Schulz denomina “Transfermodell der Kommunikation”, que implica las siguientes premisas:

- a) Los procesos comunicativos son *asimétricos*: hay un sujeto activo que emite el estímulo y un sujeto más bien pasivo que es afectado por este estímulo y reacciona;
- b) la comunicación es *individual*, un proceso que concierne fundamentalmente a individuos en particular y que hay que estudiar en cada uno de ellos;
- c) la comunicación es *intencional*, la introducción del proceso por parte del comunicador se produce intencionalmente y está, en general, destinada a un fin; el comunicador apunta a un determinado efecto;
- d) los procesos comunicativos son *episódicos*: comienzo y fin de la comunicación son temporalmente limitados y cada episodio comunicativo tiene un efecto aislable e independiente. (WOLF, 1987. pp. 157-158)

En los años 40, los primeros modelos que fueron formulados en torno a la investigación sobre los efectos de los medios masivos,

consideraban a éstos como absolutos y dominantes. La exposición de las personas a los medios de información provocaría efectos en la conducta de ellos de forma inmediata.

Luego, en los años 50 y 60 las nuevas investigaciones otorgaban más relevancia a variables como el estrato social, la personalidad, el entorno familiar, la tendencia política, entre otras. Esta corriente fue llamada “ley del mínimo efecto”.

En las décadas 60 y 70, la investigación en comunicación masiva se concentró más en el estudio de los efectos a largo plazo que producen los medios de información, en “la socialización indirecta y a los procesos ideológicos y también a los efectos que dependen del grado relativo de atención prestada por los medios a determinados aspectos del entorno social”. (McQUAIL y WINDAHL, 1997. P. 38)

McCombs y Shaw señalan que “la cadena de efectos que resultan de la exposición a la comunicación masiva tiene un número de vínculos que preceden al cambio de actitud y de opinión”. (McCOMBS y SHAW en GRABER, 1986. p. 83)

Estos autores clasifican de la siguiente manera los efectos a este tipo de exposición:

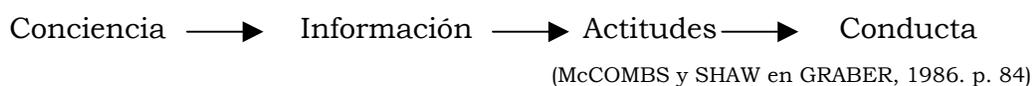


Figura 3

La elaboración de la agenda temática “se define por la producción de efectos cognitivos de naturaleza acumulativa” (SAPERAS, 1987. p. 56). Estos efectos se originan de acuerdo a un periodo que contempla la proposición de un tema por parte de los medios, el reconocimiento del público y la priorización de dicho tema, según las características y los antecedentes entregados por los mismos medios.

Saperas sostiene que “los efectos cognitivos son reconocibles cuando se produce una semejanza entre la agenda de los medios de comunicación y la agenda pública, puesto que los individuos de la audiencia han aceptado como suyos los temas propuestos por los *media*: los ítems de actualidad (política, social, cultural, de entretenimiento, comercial, etc.) son aceptados como unidades de conocimiento público por parte de los individuos”. (SAPERAS, 1987. p. 75)

Las personas no sólo reciben información de lo que esta sucediendo en el mundo, sino que también identifican la importancia que deben darle a un hecho, dado el énfasis que le otorgan los medios.

Wolf indica que “al poner acento en esta creciente dependencia cognoscitiva de los *media*, la hipótesis de la *Agenda Setting* postula un impacto directo –aunque no inmediato– sobre los destinatarios, que se configura a partir de dos niveles: a) el ‘orden del día’ de los temas, argumentos, problemas, presentes en la agenda de los *media*; b) la jerarquía de importancia y de prioridad con la que dichos elementos son dispuestos en el ‘orden del día’”. (WOLF, 1987. pp. 165-166)

Mauro Wolf señala que “los efectos de los *media* son en gran parte inconscientes: las personas no están capacitadas para dar cuenta de lo que ha pasado. Mezclan, más bien, sus percepciones directas con las filtradas, con la mediación de los medios de comunicación de masas, en una unidad indivisible que a las personas les parece provenir de sus propios pensamientos y experiencias. Muchos de estos efectos de los *media* pasan de manera indirecta, en cuanto las personas adoptan la mirada de los *media* y actúan del modo correspondiente”. (WOLF, 1994. p. 61)

Los medios de comunicación se convierten en creadores de una actualidad desde el mismo momento en que establecen su agenda temática. A través de la elaboración de esta agenda, los medios pueden informar y opinar sobre los asuntos que ellos mismos han transformado en temas de interés público.

3.2 Construcción Social de la Realidad

Los medios de comunicación, a través de la entrega jerarquizada de información, construyen socialmente la realidad. Se puede decir que la percepción de la realidad está condicionada por los medios masivos, ya que ellos proporcionan una imagen determinada del mundo.

Uno de los efectos de la comunicación de masas es dirigir la atención de los receptores sobre cierta clase de problemas o asuntos. Mediante la exposición de noticias, los medios llegan a determinar los temas sobre los cuales el público debería pensar y comentar.

Las personas, a lo largo de su vida, aprehenden de su entorno natural determinadas pautas culturales que le permiten establecer una interacción con el resto de sus semejantes. “En definitiva, el hombre vive inmerso en un ambiente social, en una realidad creada intersubjetivamente”. (SAPERAS, 1987. p. 148)

Berger y Luckmann definen a la realidad como “una cualidad propia de los fenómenos que reconocemos como independientes de nuestra propia volición (no podemos ‘hacerlos desaparecer’)”. (BERGER y LUCKMANN, 1987. p. 13)

Lo que sucede diariamente es considerado, de forma incuestionable, como real, ya que la perspectiva con que un individuo mire y asimile se debe a las experiencias inmediatas e indirectas y al conocimiento que posea. Berger y Luckmann afirman que el conocimiento es “la certidumbre de que los fenómenos son reales y de que poseen características específicas”. (BERGER y LUCKMANN, 1987. p. 84)

Estos autores sostienen que “el mundo de la vida cotidiana no sólo se da por establecido como realidad por los miembros ordinarios de la sociedad en el comportamiento subjetivamente significativo de sus vidas. Es un mundo que se origina en sus pensamientos y acciones, y que está sustentado como real por éstos”. (BERGER y LUCKMANN, 1987. p. 36)

Ese conocimiento, que es diferente en cada persona, es en buena parte, entregado por los medios de comunicación, a través de la información escrita, sonora y visual. El lenguaje se presenta, según Saperas, como “un elemento clave que nos permite que la realidad cotidiana se imponga como una realidad ya construida previamente a la acción ejercida por un individuo: en el lenguaje y en la comunicación hallamos el fundamento de la socialización”. (SAPERAS, 1987. p. 148)

La sociedad establece normas que permiten la convivencia entre sus miembros, a través de códigos generales, logrando de esta forma producir una realidad determinada.

Respecto a la comunicación de masas, Saperas define a la construcción social de la realidad como “la producción de sentido mediante la acción de las prácticas productivas y de las rutinas organizativas de la profesión periodística”. (SAPERAS, 1987. p. 149)

Recordemos que los medios de comunicación de masas son instituciones sociales donde participan profesionales de la comunicación, quienes establecen el contenido de los mensajes informativos que llegarán al público, mediante reglas que deben respetar para alcanzar sus propósitos periodísticos.

Los medios de comunicación transmiten su visión de los hechos, informando muchas veces los acontecimientos que a ellos les interesan cubrir, aunque estos sucesos no tengan mayor relevancia para la sociedad en general. Se debe mencionar que, según la *Agenda Setting*, el público presta atención y admite los contenidos que los medios ya

han cubierto, e ignora lo omitido por estas colectividades. Como dice McCombs, “los *mass media* crean una realidad de segunda mano”. (MORAGAS, 1982. p.110)

Blumler y Gurevich señalan que “gracias a la constante repetición de algunas tramas, historias populares, retratos de personajes y situaciones que los personajes tienen que afrontar, los *media* proyectan imágenes determinadas de la sociedad y de la realidad. Los espectadores se encuentran en la situación de estar cada vez más dependientes de los medios de comunicación para formarse dichas imágenes, ya que una gran parte de la vida social está más allá de lo que puede experimentar directamente”. (WOLF, 1994. p. 114)

El resultado es que los medios de comunicación social tienen un rol decisivo, no sólo en la entrega de información sobre los acontecimientos, sino también en crear y moldear la realidad.

“A los *media* se les reconoce también la capacidad de construir un universo simbólico de referencia común y de añadir y definir una identidad cultural. Con las noticias, los análisis y los comentarios, los medios de información hacen comprensible, en términos de categorías más generales, la experiencia social de los individuos. Tales categorías funcionan, tanto como guías normativas ya articuladas, como valoraciones más generales de lo que podemos esperar de la vida social”. (WOLF, 1987. p. 78)

Los medios cuando representan y ordenan la realidad que los periodistas advierten, proporcionan al público una jerarquía de temas sobre los cuales opinar, analizar y reflexionar. El pensamiento y el comportamiento de las personas se desarrollarán de acuerdo a la interpretación de la realidad. De allí que es importante notar por qué los medios de comunicación muestran ciertos temas y desatienden otros.

López habla que incluso es posible inventar la realidad a través de la información entregada por los medios. “La operación consiste en seleccionar tan sólo ‘aquellas’ noticias veraces que nos interesen a nosotros, los editores, empresarios y periodistas, sin preguntarnos correctamente si este temario es el que objetivamente –y aproximadamente- espera nuestro público, en realidad, la opinión pública”. (LÓPEZ, 1995. pp. 109-110)

Altheide afirma que “el proceso informativo contribuye a *descontextualizar* un acontecimiento del contexto en el que se ha producido, para poder *recontextualizarlo* en las formas informativas” (WOLF, 1987. p. 151). Saperas asigna a estas fases una importante facultad:

“En este proceso de *descontextualización/recontextualización* consistirá el fenómeno de construcción de la realidad social hacia la que se orienta la actividad profesional de los periodistas y que se manifiesta de forma genuina en los informativos televisivos o en la narración de los acontecimientos”. (SAPERAS, 1987. p. 151)

Por lo tanto, cuando los medios de comunicación seleccionan ciertos asuntos son capaces de estructurar una imagen de la realidad, a través del procesamiento de la información que finalmente recibirá el público, quien lo asimila como una realidad absoluta.

3.3 Opinión Pública

Dentro del aspecto sociológico que trata este capítulo, merece ser considerado el fenómeno de la opinión pública.

Si bien como ya se mencionó, los efectos cognoscitivos que resultan de la exposición a la *Agenda Setting* repercuten en la opinión pública, en esta tesis no se considerará al momento de realizar el análisis y el logro de los objetivos planteados.

El término opinión pública es tan amplio que los investigadores no se han puesto de acuerdo en proponer una definición general –o al menos que satisfaga a muchos de ellos-, ya que son varias las áreas de conocimiento que estudian este fenómeno: la psicología, la teoría general de sistemas y las ciencias de la información, entre otras.

Etimológicamente, la palabra opinión proviene “del latín *opinio* que significa concepto.”

“Según la Real Academia de la Lengua Española, la primera acepción de opinión es: ‘concepto o parecer que se forma de una cosa cuestionable; fama o concepto en que se tiene a una persona o cosa.’”

“Pública procede también del latín *publicus*, que significa notoria, patente, manifiesta, vista o sabida por todas”.

La Real Academia admite la siguiente significación de opinión pública: ‘Sentir o estimación en que coincide la generalidad de las personas acerca de asuntos determinados’”. (RIVADENEIRA, 1995. p. 65)

Este concepto fue introducido recién en el siglo XVII, en las filosofías democráticas y liberales de esa época. Antes de la definición de los conceptos liberales y democráticos del término opinión pública, existían, de acuerdo a Vincent Price, “dos sentidos discernibles de la palabra opinión, que aún persisten. El primer sentido es esencialmente

epistemológico y proviene de su uso para distinguir una cuestión de juicio de un asunto de hecho, o algo incierto de algo que se sabe cierto, sea por demostración o fe”. (PRICE, 1994. p. 20)

Price continúa: “Un segundo sentido de opinión que aparece en algunas consideraciones contemporáneas más estrechamente relacionadas con sus connotaciones modernas, la considera equivalente a maneras morales y costumbres. En estos casos se destaca el papel de la opinión popular como una clase informal de presión y control social” (PRICE, 1994. p. 20). Elisabeth Noelle-Neumann sostiene en 1984, que fue Jean Jacques Rousseau el “primer usuario de la frase *l’opinion publique*, hacia 1744, utilizándola en el segundo sentido de opinión anteriormente definido, como referencia a las costumbres y modos de sociedad”. (PRICE, 1994. p. 22)

En 1922, se publica un libro que fue importantísimo en el estudio de este concepto: “La Opinión Pública” de Walter Lippmann, quien enfatizaba el papel de la prensa en la orientación del interés de los lectores hacia determinados temas.

A continuación se enuncian algunas definiciones de opinión pública, según los siguientes autores:

Robert Park (1921): La opinión pública es en esencia un fenómeno de discusión que surge de un acuerdo, cristaliza tal vez en algunas corrientes diferenciadas –con ciertas ventajas para alguna más influyente que las restantes-, pero requiriendo en cualquier caso un consenso o acuerdo esencial respecto al modo de plantear la cuestión (las reglas del juego, podríamos decir). (DADER, 1992. p. 110)

Walter Lippmann (1922): “El conjunto de ‘estereotipos’ e ‘imágenes’ que las mentes comunes comparten, con influencia mucho más decisiva que la ciencia o el conocimiento racional en las actitudes públicas de gran cantidad de personas”. (DADER, 1992. p. 113)

J. W. Lapiere (1957): “Juicio que manifiesta una actitud, es decir, una disposición permanente, simultáneamente mental y corporal de reaccionar a través de un cierto tipo de comportamiento a un cierto tipo de situación”. (RIVADENEIRA, 1995. p. 6)

Niklas Luhmann (1990): “La estructura temática de la comunicación pública”; es esa ‘estructura común de sentido’ que

permite una acción intersubjetiva en un sistema social. “La opinión pública no es por tanto una colección de opiniones individuales en el sentido de costumbres, memorias, estructuras psíquicas, etc., sino por encima de eso, un tipo especial de comunicación pública”. (DADER, p.106)

Otto A. Baumhauer (1995): La opinión pública es el producto del proceso transformativo de información introducida en el sistema abierto clima de opinión”. (RIVADENEIRA, 1995. p. 12)

Raúl Rivadeneira (1995): “Fenómeno psicosocial y político que consiste en la discusión y expresión libres, de un grupo humano, en torno a un objeto de interés común”. (RIVADENEIRA, 1995. p. 63)

Todas estas definiciones concuerdan en que la opinión pública es un fenómeno social producto de la discusión sobre una determinada información, que finalmente provocará una reacción colectiva.

3.3.1 Formación de la Opinión Pública

De acuerdo a Rivadeneira, “la opinión pública es, por su formación, un producto de opiniones individuales sobre asuntos de interés común y que se origina en las formas comunicativas humanas, en procesos individuales, primero, y en procesos colectivos, después, en diversos grados, según la naturaleza de las informaciones compartidas por los individuos, a la vez influidas por los intereses particulares de los grupos afectados”. (RIVADENEIRA, 1995. p. 127)

Este autor explica que “la opinión pública se forma con base en las opiniones individuales de orden colectivo. Algunas de las etapas por las que atraviesa el fenómeno son:

- a) Disposición individual y clima comunicativo.
- b) Información a través de medios masivos, e información no tecnificada: personal, recíproca y directa.
- c) Intercambio de puntos de vista entre los miembros del grupo social, que equivale a procesamiento de la información, *input* energético importado.
- d) Problematización del hecho. Qué es lo que nos afecta y por qué; cuál es su importancia.

- e) Confrontación de puntos de vista con miras a integrar elementos básicos de coincidencia.
- f) Proposición de vías de solución o alternativas a los aspectos y variantes que ofrece el problema.
- g) Debate en torno a las proposiciones.
- h) Acuerdo más o menos compartido sobre el modo que es o parece ser la vía de solución. Éste puede ser controvertido por minorías, pues un acuerdo total es imposible.
- i) Estimulación del consenso para pasar a la acción y completar el proceso, retroalimentando la información.
- j) Difusión del criterio finalmente admitido por la “mente colectiva”; hecho que rebota en el mismo grupo y en cada uno de los miembros por efecto de los mismos medios empleados para la información originaria y la retroalimentación.” (RIVADENEIRA, 1995. p 134)

Este proceso se lleva a cabo en dos niveles: el de la comunicación privada -donde la formación de la opinión se da de manera horizontal, es decir en el contacto personal y directo de los individuos-; y el segundo nivel en la comunicación colectiva –en este caso la formación de la opinión es influida por los medios masivos.

Kimball Young indica que “la opinión pública se forma a partir de cuatro etapas. Primero se espera la aparición de un tema o problema que interese e involucre a toda la comunidad o parte de ella. La importancia de esta etapa es que define, en términos tales, que permite su discusión.

Al caer la discusión de un tema en un debate constante, surgen las consideraciones preliminares y exploratorias, con interrogantes como ¿cuál es la importancia del tema?, y ¿cuál es su solución?.

En este momento la discusión pública se intensifica a tal punto que comienzan a surgir las primeras propuestas o alternativas de soluciones. Los sujetos sociales, que en definitiva conforman esta opinión pública, toman posiciones, no siguiendo sólo criterios racionales sino que también emocionales (opinión individual).

Al recibir las influencias de las conversaciones, discursos, debates y escritos, los sujetos logran un cierto consenso, lo que no significa que lleguen a un completo acuerdo”. (FUENTES y HERNÁNDEZ, 1997. p.42)

De Fleur menciona tres maneras en que los medios pueden influir las decisiones de las personas:

“Primero, el contenido de la comunicación masiva puede *reforzar las pautas existentes* y conducir a la gente a creer que determinadas formas sociales son apoyadas por la sociedad. Segundo, los medios pueden crear *nuevas convicciones compartidas* con respecto a tópicos en los cuales el público ha tenido poca experiencia previa. Tercero, pueden *cambiar normas preexistentes* y, por tanto, llevar a la gente de una forma de comportamiento a otra”. (RIVADENEIRA, 1995. p. 135)

3.3.2 Opinión Pública y Periodismo

“*El periodismo es un sistema abierto de la comunicación masiva.* Es un sistema abierto porque en el proceso comunicativo que representa se producen interrelaciones constantes entre los materiales periodísticos, interacciones e intercambios de información dentro del mismo sistema y fuera de él tal como la interacción de los receptores entre sí, de ellos con el medio, de las respuestas con la fuente, etcétera.

La segunda parte de la definición: *...de la comunicación masiva*, nos lleva al reconocimiento de un proceso comunicativo con sus factores:

Fuente – Codificador – Mensaje - Decodificador – Destino”

(RIVADENEIRA, 1995. p. 164-165)

Figura 4

Dentro de este sistema comunicativo, los periodistas juegan cada vez más un papel decisivo en “la canalización y reorganización en el universo de temas y conocimientos de repercusión pública” (DADER, 1992. p. 151). El periodista se convierte en un vigilante que por medio de su diaria selección de temas introduce qué problemas, personas o instituciones van a ser expuestas a la luz pública, convirtiéndose así en motivo de comunicación pública y espacio para las diferentes manifestaciones de las corrientes de opinión.

Magnus Hans Enzensberger define etimológicamente, el término manipulación: “viene a significar una consciente intervención técnica en un material dado. Si esta intervención es de una importancia social inmediata, la manipulación constituye un acto político” (RIVADENEIRA, 1995. p. 158). Por lo tanto, el manejo del material noticioso por parte de los periodistas constituye una manipulación.

Rivadeneira sostiene que “las comunicaciones manipuladas son formas propagandísticas, típicas; de esto parece deducible que la manipulación tiende a crear situaciones que imposibilitan o dificultan la formación de juicios racionalmente fundados y la actuación según tales juicios racionales. La manipulación se encuentra bajo las formas políticas del terror tanto como en los mensajes elaborados, aparentemente inofensivos, y que responden a intenciones comunicativas ocultas”. (RIVADENEIRA, 1995. p. 163)

Entonces, manipulación es la técnica del ajuste de las políticas editoriales de los medios, ajuste de políticas informativas, estilos y modos de llegada al receptor.

3.3.3 Opinión Pública y Opinión Publicada

De acuerdo a José Luis Dader, “la opinión *publicada* por un particular, aunque sea alguien de cierta relevancia social, como un columnista de prensa, no por ello se traduce automáticamente en expresión de una opinión pública. Lo cual no impide que estas opiniones particulares publicadas constituyan resortes sociales importantes de discusión pública y fermento de corrientes de opinión. No toda opinión publicada supone un punto de vista medianamente representativo de una colectividad (lo que a menudo ignoran cuantos periodistas intuitivamente se consideran representantes de las opiniones de sus lectores). A la inversa tampoco todas las corrientes de opinión de una sociedad alcanzan una representación medianamente significativa en los medios de comunicación social”. (DADER, 1992. p. 128)

Rivadeneira, por su parte, sostiene que “a pesar de que las estadísticas demuestran que las páginas de opinión de los diarios, así como los comentarios similares de los medios audiovisuales son los que menos público atraen, la influencia de los medios es demostrable por los efectos que producen sus opiniones, especialmente en los líderes, que son los que manejan grupos”. (RIVADENEIRA, 1995. p.179)

Por lo tanto, los medios de comunicación muestran los hechos, cumpliendo con su función de informar, educar y entretener. Su acción pasa a ser un agente intermediario dentro de la sociedad, al presentar el hecho y sus circunstancias, dando así la oportunidad de que sea el público quien forme su opinión personal de lo sucedido.

Dader menciona que “no toda opinión publicada resultaría representativa de corrientes opinativas mínimamente extendidas. En muchos casos tales opiniones, por muy prestigioso que sea su autor o amplia la audiencia que lo recoja, no pasará de ser una manifestación particular”. (DADER, 1992. p 128)

De acuerdo a Rivadeneira, “los medios actuarían como proveedores de tópicos para el intercambio de ideas entre las personas; en efecto, lo que escribe un diario o lo que se ha oído por radio y visto en la televisión y en el cine incluye parte del repertorio de charlas en el hogar, la oficina, el café, el taller. Por eso tiene importancia tanto lo que se ha dicho a través de un medio como la forma en que se hizo y, a veces, más importancia esto último que el contenido mismo”. (RIVADENEIRA, 1995. p. 181)

Como conclusión, no todas las opiniones publicadas en los medios son consideradas por el público. Muchas de ellas cobran importancia al provocar una discusión en los individuos, generando un cambio en sus opiniones particulares.

Se plantea que la medición del efecto de la *Agenda Setting* en la opinión pública, puede considerarse como tema para otra investigación.

CAPITULO IV

MEDIOS REGIONALES Y AGENDA SETTING

4.1 Rol de los Medios Regionales de Comunicación

Frente al objetivo que se plantea esta investigación sobre las características de la realidad regional que presentan los medios de prensa escrita que la Sociedad Periodística Araucanía publica en la Décima Región (El Diario Austral de Valdivia, El Diario Austral de Osorno y El Llanquihue de Puerto Montt), es importante profundizar en el rol que deben cumplir los medios regionales de comunicación en el desarrollo del país.

Para los medios de comunicación que pertenecen a las regiones, “junto con informar, promover y difundir los acontecimientos y preocupaciones generales, resulta culturalmente indispensable el rescate del espacio genuinamente local, el espacio que hoy hace sentido en la gente. Se trata de la capacidad para capturar las singularidades y aquellos discursos sociales propios, pero no desde la perspectiva de la referencia histórica o la anécdota pretérita, sino apuntando a la re inserción cultural del medio con su región en torno a los aconteceres y microdiscursos vigentes, actuales”, indica el ex Intendente de la Duodécima Región, Ricardo Salles. (SALLES en MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO, 1995. p. 58)

Por lo tanto, un buen uso de los medios de comunicación para el desarrollo regional exige que éstos sean locales. La ventaja que tienen estos medios es que conocen mejor a su público. O debieran hacerlo, ya que “la calidad de la información proveniente de sus públicos y acerca de éstos es vital para el medio”. (SCHRAMM, 1967. p. 55)

Los medios regionales son un espacio de proyección y potencian el vínculo de la gente con su región o ciudad, porque el público está consciente de su estado y sus desafíos.

El ex -presidente de la Federación de Medios Regionales, Carlos Paúl afirma que “los habitantes de las regiones recurren a sus respectivos medios porque ellos son los únicos que informan en profundidad acerca de las materias que les interesan. La viabilidad de un medio regional está dada, en consecuencia, por la fidelidad con que él responda a los intereses de su público”. (PAÚL en MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO, 1995. p. 15)

Estos medios tienen un papel ineludible en aportar a la proyección y difusión de la obtención de resultados por parte de los habitantes en sus regiones.

Enrique Schroeder, ex -director de El Mercurio de Valparaíso, en su intervención en el Seminario de Medios Regionales de Comunicación (realizado en junio de 1995), menciona los siguientes factores en que la prensa regional juega un papel decisivo para el desarrollo regional: (SCHROEDER en MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO, 1995. p. 75-79)

1. *Difundir y reforzar el carácter regional:* La difusión diaria de informaciones, análisis y comentarios sobre la realidad regional es la función básica de la prensa regional. Ayuda a motivar a la comunidad hacia tareas de beneficio común, impulsa la acción de las autoridades; verifica fallas y problemas, y también detecta oportunidades. La prensa nacional no puede preocuparse con la extensión debida de las noticias locales, ni menos aún comentarlas. Sin la prensa regional, la imagen y la personalidad de cada región se diluiría en un virtual anonimato.
2. *Evitar el 'centralismo' regional:* Así como Santiago es la expresión del centralismo nacional, puede ocurrir que las capitales regionales tiendan a desarrollar un tipo de centralismo igualmente dañino en el plano regional. Los diarios impiden que ese fenómeno negativo se extienda, mediante la difusión de informaciones sobre cada una de las provincias, ciudades y pueblos que forman la respectiva región, a través de la exposición de los problemas locales, del registro de opiniones, denuncias o proyectos de todos los miembros de la comunidad regional, y de la publicación de comentarios y de editoriales sobre las distintas áreas y zonas de la región. Con ello, es menor el peligro de que el respectivo gobierno regional se encapsule en su sede oficial y que de este manera proyecte su acción en forma más amplia, sabiendo que de lo contrario será objeto de observaciones y críticas que se expresarán naturalmente en las páginas de prensa.
3. *Desarrollar acciones conjuntas:* Es muy frecuente que ante problemas regionales, a veces muy antiguos pero que requieren una solución urgente, haya más de una alternativa para

resolverlos. La prensa, con su facilidad para recoger las opiniones de todos los sectores, sirve como un campo neutral para los debates, contribuyendo así a la elección de la fórmula más adecuada. La función de los diarios como foros de las preocupaciones de la comunidad es tradicional, en este caso tiene una específica utilidad práctica.

4. *Reforzar iniciativas beneficiosas para la región:* Senadores y Diputados pueden hacer mucho en el favor del desarrollo de las regiones, pero este tipo de actuaciones raramente se refleja en los medios nacionales.

En otras palabras, la existencia de un medio regional que registre la actuación de sus parlamentarios, o de los políticos en general, contribuye a que se centren su labor en las cosas que más interesan a la gente, es decir, situaciones concretas como caminos, escuelas, hospitales, agua potable, más fuentes de trabajo, etc., en lugar de problemas genéricos o posiciones controversiales.

5. *Expresar la imagen de la región:* A través de la prensa regional la autoridad central puede tener una imagen de la realidad de cada región más amplia que la visión que recibe a través del aparato administrativo y político y adoptar, por lo tanto, sus decisiones nacionales con más elementos de juicio.

6. *Acceso a las noticias:* Debido al carácter centralista que tiene todavía la administración pública, muchas veces las autoridades regionales, particularmente los seremis (Secretarías Regionales Ministeriales), no se atreven a entregar localmente las noticias importantes para la respectiva región, esperando que lo hagan las autoridades de Santiago.

Esta situación no es igual en todas partes, ya que depende de las autoridades existentes y también del papel que jueguen la comunidad y principalmente los medios de comunicación. En todo caso, cuando la autoridad es reticente para proporcionar información no significa que los diarios vayan a contentarse con noticias triviales; por el contrario, constituye un desafío para perfeccionar la labor informativa, para exponer los problemas existentes y requerir antecedentes sobre las soluciones que se

estén estudiando, y para intensificar la búsqueda en otras fuentes, como son los dirigentes de instituciones privadas, los expertos de las universidades, alcaldes, concejales y parlamentarios.

7. *Declaración de Principios:* Se reafirma que los diarios regionales constituyen el más sólido respaldo a los anhelos de regionalización de la mayoría de los chilenos.

Los diarios de provincia, desde los más pequeños y modestos hasta los ya centenarios, son verdaderas instituciones nacionales y son los mejores voceros de la respectiva zona, ya que están identificados con ella y conocen como nadie sus recursos humanos y materiales. Estos medios son los defensores naturales de los derechos de sus ciudadanos y elementos activos en el desarrollo regional. Los diarios de provincia o regionales tienen ligado su destino al porvenir de la zona que sirven. Su contribución es inmensa en lo que se refiere a educación y cultura, pero sin duda alguna que el más importante es su contribución a la toma de conciencia que cada comunidad debe hacer para mejorar su futuro.

Estos puntos, que se pueden extender a todos los medios de comunicación que existan en una región, fortalecen la magnitud que los medios locales deben poseer.

De acuerdo a Marco Antonio Pinto, ex -director de El Diario Austral de Temuco, “lo primordial y esencial es conocer lo propio, desde la historia a las potencialidades económicas. Desde el valor de nuestros hombres, hasta las fortalezas de nuestras instituciones. Desde la geografía en que nos movemos, hasta los factores que nos otorgan ventajas comparativas: para impulsarlas y proyectarlas con energía en el marco del desarrollo del país”. (PINTO en ALVEZ, 1987. p. 26)

Este autor sostiene que “no se puede concebir una mentalidad de regionalización si no tenemos una organización periodística que no conozca a fondo su región: su historia, su desarrollo y perspectivas económicas, su identidad cultural, el valor de sus hombres e instituciones. La ignorancia de tales elementos nos condenará indiscutiblemente al papel de hermanos menores de la capital”. (PINTO en ALVEZ, 1987. p. 26)

Estos medios de comunicación, por lo tanto, deben estar atentos a su región, conocerla a fondo, identificarse con ella, mantener un diálogo con sus habitantes, ser agentes activos en la vida regional y establecer un nexo con el resto del país.

Wilbur Schramm sostiene que “los medios de comunicación colectiva son agentes del cambio social. La clase específica de cambio social que se espera consigan es la transición a nuevas costumbres y prácticas y, en algunos casos, a diferentes relaciones sociales. A dichos cambios de comportamiento deben seguir necesariamente cambios substanciales de actitudes, creencias, especialidades y normas sociales”. (SCHRAMM, 1967. p. 22)

Hernán Alvez establece que el papel que deben asumir los medios de comunicación regionales y los periodistas es divulgar “el conjunto de potencialidades geográficas, éticas, históricas, económicas, sociales, culturales y políticas, rasgos que caracterizan a una comunidad social y al hacerse manifiestas y diferenciadas conforman la identidad regional. Para ello, los medios y periodistas tienen que ser capaces de participar y hacer participar a las personas e instituciones de su región, provincia o comunidad en este proceso. Esto equivale a movilizar recursos humanos, es decir, comprometerse con el regionalismo”. (ALVEZ, 1987. p. 70)

Para lograr tal objetivo, el mismo autor menciona dos niveles de participación de los medios y los periodistas:

- como testigos de los cambios, al informar de lo que ocurre cada día, al actuar como memoria colectiva y al hacer historia cotidiana;
- como actores del proceso regionalizador, en cuanto uno mismo, como periodista y comunicador asume compromisos concretos en un sector de actividad determinada, a parte de la función testimonial. (ALVEZ, 1987. pp. 70-71)

Por lo tanto, los medios de comunicación regionales deben resaltar las características propias y distintivas de su entorno, convirtiéndose en un ente que resguarde el patrimonio de una provincia o región y en un promotor de las potencialidades de su zona. Estas acciones exigen a los periodistas un conocimiento previo de las capacidades de la propia región.

4.2 Identidad y Desarrollo Regional

La tarea de los medios regionales va mucho más allá de informar sobre lo que está sucediendo en la comuna, provincia o región. Es una cuestión de identidad y de raigambre. La población de las regiones debe identificarse con su zona para su desarrollo, por lo cual es necesaria la entrega de una información adecuada con tal propósito y un espacio de participación y discusión, que, sin duda, las publicaciones escritas, estaciones de radio y canales de televisión de región deben propiciar y otorgar.

El desarrollo regional que una comunidad debe alcanzar, de acuerdo al Ministerio de Planificación y Cooperación (MIDEPLAN), consiste en “la capacidad de las regiones para articularse internamente, definir sus propios objetivos y prioridades, asumir un rol activo y consciente para evaluar los efectos directos e indirectos que los cambios en el ámbito nacional e internacional producirán en las economías regionales, descubrir las nuevas oportunidades y articular esfuerzos para materializarlas, proteger sus propios ecosistemas, etc. Tal capacidad es la resultante de un conjunto de elementos institucionales, económicos, políticos, sociales, culturales y geográficos, que adquieren particular concreción en cada región”. (MIDEPLAN, 1992. p. 13)

Dentro de este proceso, existen algunos factores que facilitan la organización de los actores sociales y su participación en la toma de decisiones para unificar las labores de los sectores públicos y privados a favor de su zona. Estos factores son, por ejemplo, la descentralización y la desconcentración.

Sergio Boisier afirma que “la identificación de los agentes del desarrollo regional y su articulación por medio de un marco cultural regional y por medio de un proyecto político regional, constituye el elemento clave de la transformación de las regiones de meros objetos o artefactos a verdaderos sujetos colectivos, capaces de concentrarse activa y solidariamente con el Estado en el logro de un desarrollo regional autosustentado y socialmente equitativo”. (BOISIER en CORPORACIÓN PARA LA REGIONALIZACIÓN DE CHILE, 1988. p. 36)

El desarrollo regional es un proceso que incluye todos los componentes de la sociedad, es por eso que muchos autores utilizan la expresión “desarrollo integral”. Es decir, que se consideran los aspectos económicos, sociales, culturales, políticos, administrativos y científicos.

Ramírez afirma que para el desarrollo regional, “debemos ocuparnos de los distintos componentes que integran la realidad de la región a que nos queramos referir y, particularmente, del juego de variables en función de un proyecto nacional, toda vez que el desarrollo regional no supone una aspiración separatista dentro de un Estado que se ha autodefinido como unitario”. (RAMÍREZ en ALVEZ, 1987. p. 32)

En tal sentido, los medios regionales pueden y deben jugar un papel importante al ofrecer sus contenidos. Ellos permiten establecer una relación más cercana entre los públicos y el entorno social. Por esto, dichos medios tienen que cumplir la función de proteger la identidad regional y su historia.

Guillermo Ramírez establece las siguientes funciones de los medios de comunicación en el desarrollo regional:

1. Los medios de comunicación –instituciones y actores- tienen el deber de conocer a cabalidad la realidad de su región y de comunicar todo tipo de conocimiento necesario para su desarrollo.
2. Otra función de gran importancia en los medios de comunicación social en el desarrollo regional es la de concertar la voluntad local. Esta función debe expresarse en la creación de una conciencia de identidad regional en la población, y de condiciones para el diálogo de grupos de intereses o de opiniones, dando igual opción a todos.
3. La participación de los medios de comunicación social y de los periodistas en la vida regional es una función esencial. Ellos deben incorporarse a la planificación, a orientar la selección de áreas de investigación, a las actividades comunitarias, al examen de disposiciones normativas. En síntesis, hacer parte activa de la vida pública regional.
4. Finalmente, la función que deben cumplir los medios de comunicación para vincular la región con el resto del país y del mundo. El desarrollo de una región requiere de aportes externos financieros y técnicos. Los medios de comunicación social deben contribuir a su identificación y caracterización para facilitar la adopción de decisiones y la concreción de gestiones. (RAMÍREZ en ALVEZ, 1987. p. 33)

En relación al desarrollo regional, el nexo entre los habitantes y una región se entiende a través del concepto de identidad.

Respecto a la identidad, Peter Berger y Thomas Luckmann explican que “la identidad se forma por procesos sociales. Una vez que se cristaliza es mantenida, modificada o aun reformada por las relaciones sociales. Los procesos sociales involucrados, tanto en la formación como en el mantenimiento de la identidad, se determinan por la estructura social”. (BERGER y LUCKMANN, 1968. p. 216)

Y, en particular, la identidad regional es de acuerdo a Hernán Alvez, “el conjunto de rasgos, potencialidades o características que se dan en esa comunidad social”. Sostiene que “la región, sin llegar a tener la personalidad pública que ostenta una nación, encierra un conjunto de potencialidades geográficas, étnicas, históricas, económicas, sociales, culturales y políticas que la constituyen en un elemento de total significación”. (ALVEZ, 1987. p. 67)

IDENTIDAD REGIONAL (ALVEZ, 1987. p. 74)

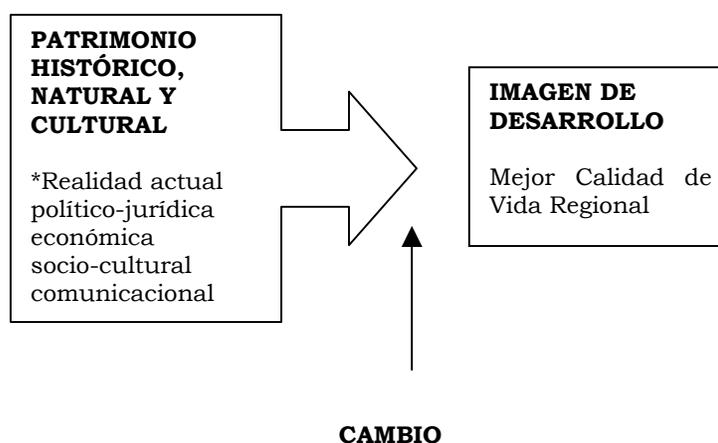


Figura 5

Por lo tanto, para que una comunidad regional pueda exteriorizar su identidad, debe asumir su realidad y evidenciarla. Esto provocaría una mejor calidad de vida de la región. Uno de los agentes que potenciaría este cambio son los medios de comunicación de la zona

De acuerdo a un estudio realizado por el Instituto de Ciencias Sociales de la Universidad Austral de Chile, “la identidad, más que una condición dada por situaciones culturales del pasado -‘patrimonio codificado’-, adquiere un sentido de proceso dinámico de invención

social en el que se conjugan una identidad con los elementos valóricos tradicionales y la identificación entre proyectos de grupos de actores y la región en su conjunto”. (UNIVERSIDAD AUSTRAL DE CHILE, 1996. p. 22)

Para esto, los medios de provincia o de región deben poseer una personalidad propia, y ser capaces de mostrar y difundir los rasgos que hacen particular a su sector geográfico, sin causar alguna posibilidad de confusión con otro. Por ende, “la inserción de los medios locales y la perspectiva de identidad son las herramientas claves si se aspira a contribuir al desarrollo y perfilamiento de las regiones”. (SALLES en MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO, 1995. p. 57)

4.3 La Agenda Setting y la Prensa Regional

Tal como se expusiera en el desarrollo de la teoría *Agenda Setting* y en el apartado sobre el rol de los medios regionales de comunicación, éstos tienen el poder de mostrar a su público a cuáles hechos hay que darles importancia y a cuáles no. En el caso de los medios de región, pueden dar la información básica para el desarrollo regional.

Los periodistas Juan Pablo Guajardo y Juan José Subercaseaux afirman que “se podría decir que los medios encargados de darnos a conocer los acontecimientos circundantes tienen un carácter monopolítico, ya que son los únicos que poseen la facultad de escoger qué sucesos son los de mayor relevancia, los que merecen darse a conocer, y los que merecen tan sólo una mención aislada. También son los únicos que, por medio de la entrega informativa, nos dicen que ciertos hechos son dignos de la mayor atención pública, los cuales deben debatirse”. (GUAJARDO Y SUBERCASEAUX, 1998. p. 36)

Los medios de comunicación ejercen una fuerte influencia en la visión del mundo que se hacen las personas. Existen temas, acontecimientos, personalidades que se difunden en los medios y que el público acepta en su entorno, otorgándoles relevancia, espacio y tiempo para su discusión. Esta idea es la base de la teoría *Agenda Setting*.

Vicente Leñero y Carlos Marín, al respecto, sostienen que “el tratamiento de los hechos en cada medio informativo expresa un modo de percibir y de enjuiciar la realidad, proyecta una posición política frente a los hechos. El periodismo, entonces, es intrínsecamente parcial”. (LEÑERO y MARÍN, 1986. p. 18)

Según Denis McQuail y Sven Windahl, “los medios de difusión, por el simple hecho de prestar atención a algunos temas e ignorar otros, tienen un efecto sobre la opinión pública. La gente tenderá a conocer aquellas cuestiones de las que se ocupan los medios de difusión y adoptará el orden de prioridades que se asigna a los diversos temas”. (McQUAIL y WINDAHL, 1997. p. 130)

Es en esta situación que toma importancia el establecimiento de la agenda temática o pauta y el tratamiento periodístico de las noticias, elementos que son abarcados por la teoría de la *Agenda Setting*, formulada por los investigadores estadounidenses Maxwell McCombs y Donald L. Shaw, en 1972.

McCombs postula que “la idea básica de la *Agenda Setting* afirma la existencia de una relación directa y causal entre el contenido de la agenda de los *media* y la subsiguiente percepción pública de cuáles son los temas importantes del día. Se afirma un aprendizaje directo de los miembros del público respecto de la agenda de los *media*”. (SAPERAS, 1987. pp. 58-59)

La hipótesis radica en que la magnitud del énfasis y de la cobertura de los medios sobre diversos temas inducen a que la gente considere que esos temas revisten determinados grados de importancia. La jerarquización temática realizada por los medios se convierte con el tiempo en la agenda pública. Dicho fenómeno sucedería sobre todo en el caso de temas sin posibilidad personal de contraste, es decir, aquellos en que la mayoría de la gente tiene escaso contacto con ellos.

Si, según la *Agenda Setting*, los medios tienen el poder de señalar a su público qué deben pensar, a qué acontecimientos darles importancia y cuáles ignorar o a qué personaje deben juzgar bien o mal, en el caso de los medios regionales –como se mencionó anteriormente-, éstos deben entregar la información necesaria para el desarrollo de su zona, para que las personas puedan conocer e identificarse con su comunidad.

Ricardo Salles indica que “resaltar o privilegiar sucesos puntuales, aun cuando revistan de dramatismo o novedad, carece de la habitual justificación de mercado, y el periodismo regional puede aprovechar su particular circunstancia y oportunidad para jerarquizar temas trascendentes por sobre acontecimientos aislados que, aunque impactantes, no modifican la vida regional. Los medios estarán contribuyendo, de esta manera, a una renovación cultural”. (SALLES en MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO, 1995. p. 57)

Es necesario que los medios regionales puedan ser independientes respecto de los medios de cobertura nacional (y que están enclavados en la capital del país, Santiago), a la hora de determinar los temas noticiosos y sus tratamientos. Ellos, por lo general, seleccionan los hechos metropolitanos y los elevan a una categoría nacional, cuando mucho son problemas 'regionales'. En este sentido, el mismo Salles afirma que "con frecuencia advertimos cierta indeterminación de los medios regionales en cuanto a sus enfoques y contenidos. Se aprecia una suerte de sujeción que tributa a líneas informativas de los medios de comunicación de la capital". (SALLES en MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO, 1995. p. 54)

De Fontcuberta opina que existe una contradicción en los medios de región a la hora de determinar si los contenidos se regirán por un interés geográfico o temático. "En el caso de los medios regionales esa demanda tiene un claro contenido geográfico, como hemos visto (la gente quiere saber lo que ha ocurrido en su zona), pero no es el único. El público también se define en función de unos intereses temáticos, es decir, que se refieren a las informaciones sobre un determinado campo del saber (salud, ciencia, tecnología, tribunales, etc.). Saber articular ambas demandas es un reto planteado a los medios regionales, pero hay que reconocer que no siempre salen airoso del empeño". (DE FONTCUBERTA en MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO, 1995. p. 99)

Los medios adaptan las prioridades de las personas de acuerdo a la selección que hacen en la presentación de las noticias. Esta selección está relacionada con la interpretación que los mismos medios hacen de la realidad sobre la que trabajan.

McCombs plantea que "para entender esto debemos hablar de las funciones de las comunicaciones: consenso, vigilancia y transmisión de la herencia social. Tradicionalmente la teoría de la *Agenda Setting* ha sido estudiada en términos de la función de vigilancia: la gente se entera sobre lo que está ocurriendo en el mundo a través de los medios de comunicación. Se informa a través de ellos. Sin embargo, los nuevos avances en la teoría hablan sobre su relación con la función de consenso. Esto significa que los medios ayudan a la sociedad a llegar a acuerdos porque hacen que la gente hable o se preocupe sobre los mismos temas. De ahí que la *Agenda Setting* responda no sólo a la función de vigilancia o de información de la sociedad, sino que además, a la del consenso necesario en toda democracia". (WWW.PER.PUC. CL)

Según James Watson, “los medios de comunicación llevan a cabo una mediación tecnológica entre comunicador y audiencia, pero, y al mismo tiempo, ejecutan una mediación social al determinar su propia agenda influyendo en la agenda pública”. (SAPERAS, 1987. pp. 62-63)

Este mismo autor elaboró el siguiente modelo:

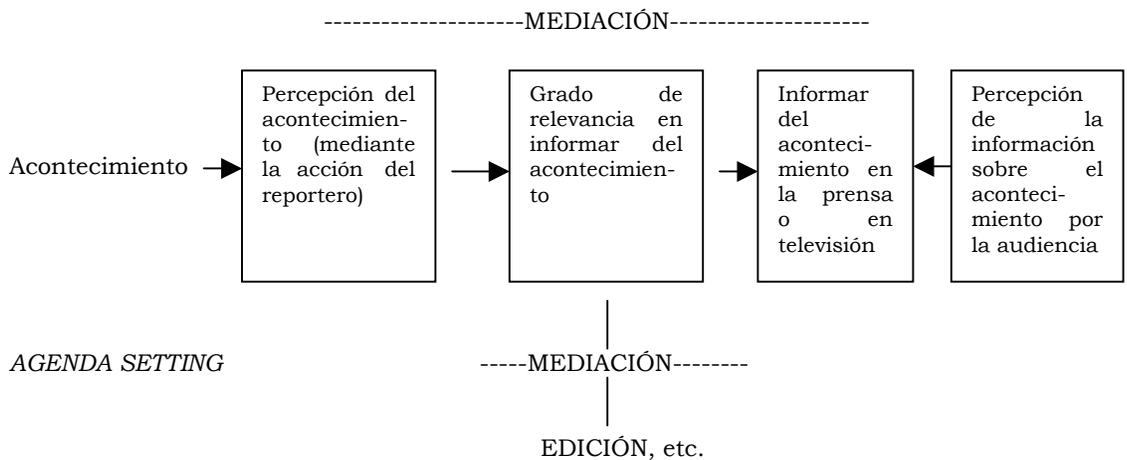


Figura 6

Los medios seleccionan los ítems que forman la noticia, el lugar que ocupan allí, el énfasis que se le va a dar a cada uno de ellos. Sin embargo, McCombs señala que la forma en que los periodistas analizan los temas es muy diferente a lo que le interesa a la gente. “Los periodistas deben darse cuenta de que sus acciones tienen implicancias éticas”. (WWW.PER.PUC.CL)

En consecuencia, los medios son capaces de decir cuáles temas son de interés público y cuáles no. Ellos pasan a ser reguladores de noticias, que dan forma y determinan la agenda temática, configurando el conocimiento que las personas puedan tener del entorno. Presentan todo aquello sobre lo cual se debe opinar y discutir.

McCombs y Shaw señalan “que el impacto de los medios -la capacidad de efectuar cambio cognoscitivo entre los individuos, de estructurar su pensamiento- ha sido rotulado como la función establecedora de agenda de la comunicación masiva. En esto puede residir el efecto más importante de la comunicación masiva, su capacidad para ordenar mentalmente y organizarnos nuestro mundo. En suma, los medios masivos pueden no tener éxito en cuanto a decirnos qué pensar, pero tienen un sorprendente éxito en cuanto a decirnos en qué pensar”. (McCOMBS y SHAW en GRABER, 1986. p. 84)

Para De Fontcuberta, el público busca y selecciona las noticias según:

- a) Interés por lo que ocurre en un lugar específico,
- b) Interés en actividades de personas y organizaciones específicas,
y
- c) Interés en temas especiales. (DE FONTCUBERTA en MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO, 1995. p. 95)

El valor de la prensa regional se basa en dar a conocer lo que sucede con su comunidad, a través del establecimiento de su agenda diaria. Como señala McCombs, “escribir sobre la gente común, no sólo se refiere a un cambio temático. Se trata de aplicar métodos de observación.” (WWW.PER.PUC.CL). Así los habitantes de la región obtendrán a través de sus medios de comunicación una visión del lugar donde viven, con el fin de saber y entender lo que sucede en su entorno.

CAPITULO V

CARACTERISTICAS DEL MENSAJE PERIODISTICO

5.1 El Texto Informativo

El objetivo de este capítulo es establecer las características que posee el texto informativo, objeto de análisis de esta investigación.

Lo primero en señalar es que el texto informativo llega al público a través de un medio de comunicación masiva. Éste, por su naturaleza, hace uso de la lengua y de sus elementos para transmitir los hechos a informar.

Según Martínez Albertos “en la elaboración de un texto informativo, influyen reglas formales lingüísticas y de estructuración propias de la actividad periodística y que permiten diferenciar los textos no sólo en cuanto a formatos, sino que también en cuanto a géneros”. (MARTÍNEZ ALBERTOS, 1993. p. 94)

Esto quiere decir que cuando una persona emite una oración en una circunstancia determinada para que otra la interprete, realiza tres actos diferentes: (NÚÑEZ LADEVÉZE, 1991. p. 65)

- Acto locutivo que consiste en construir una oración significativa mediante palabras.
- Acto inlocutivo el hablante usa palabras significativas, que normalmente constituyen una oración, con alguna intención añadida al hecho de pronunciarla.
- Acto perlocutivo el hablante no sólo dice algo (palabras, oraciones significativas), y no sólo hace algo al decir (afirmaciones, negaciones, advertencias, promesas, insinuaciones, amenazas...), sino que espera producir efectos en el destinatario de la información.

Por lo tanto, un texto informativo posee elementos significativos que están dispuestos de acuerdo a reglas de coherencia lineal, es decir, entre las oraciones del texto. El texto está también regido por pautas

de coherencia global, las que definen la coherencia lineal de las oraciones, que en su conjunto forman dicho texto.

La estructura del texto informativo está formada por el título, la entrada o primer párrafo y el desarrollo o cuerpo. Este orden es conocido como “pirámide invertida”. Emil Dovifat explica: “lo indicado es dar cabida al punto más importante en la primera línea, siempre que se pueda. Luego se va agregando gradualmente el material importante, de suerte que al reducir, cosa que inevitablemente se produce en el ajuste, pueda empezarse por abajo. De esta manera toma el material informativo la forma de un triángulo que se tiene en equilibrio sobre uno de los vértices”. (MARTÍNEZ ALBERTOS, 1993. p. 224)

5.2 Géneros Periodísticos

Los géneros periodísticos son “los principios de conocimiento del mensaje informativo, en su dimensión de texto literario, teniendo en cuenta que este mensaje es de alguna manera la expresión de las posibilidades humanas para lograr un cierto grado de comunicación de hechos y de ideas mediante un no desdeñable nivel de creación estética en el uso de la palabra”. (MARTÍNEZ ALBERTOS, 1993. p. 267)

De acuerdo a autores como el español José Luis Martínez Albertos y los mexicanos Carlos Marín y Vicente Leñero, los géneros periodísticos son: 1) noticia, nota informativa o información, 2) entrevista, 3) crónica, 4) reportaje, 5) artículo, 6) columna, 7) editorial.

Cada uno de estos géneros tiene su modo de trabajo. Y la finalidad de cada género “es informar y captar al lector por el camino de la comunicación de unas noticias y la hábil disposición de unas ideas”. (MARTÍNEZ ALBERTOS, 1993. p. 270)

A continuación, se entregará una definición general de cada uno de los géneros periodísticos:

- **Nota Informativa:** De acuerdo a Leñero y Marín, “es el género fundamental de periodismo, el que nutre a todos los demás y cuyo propósito único es dar a conocer los hechos de interés colectivo”. (LEÑERO y MARÍN, 1986. p. 40)

“Es la misma noticia en sus elementos básicos *-lead-*, acompañada de sus circunstancias explicativas. Es ocasional,

no se repite, no tiene continuidad normalmente”. (MARTÍNEZ ALBERTOS, 1993. p. 271).

- **Entrevista:** Leñero y Marín indican que es “la conversación que se realiza entre un periodista y un entrevistado; entre un periodista y varios entrevistados o entre varios periodistas y uno o más entrevistados. A través del diálogo se recogen noticias, opiniones, comentarios, interpretaciones, juicios”. (LEÑERO y MARÍN, 1986. p. 40)

Estos autores establecen tres tipos de entrevistas: a) *noticiosa o de información*, la que recoge informaciones; b) *de opinión*, recoge opiniones y juicios y c) *semblanza*, sirve para que el periodista realice un retrato psicológico y físico del entrevistado. (LEÑERO y MARÍN, 1986. p. 41)

- **Crónica:** Según Martínez Albertos, es la “narración directa e inmediata de una noticia con ciertos elementos valorativos, que siempre deben ser secundarios respecto a la narración del hecho en sí. Supone una cierta continuidad, por la persona que escribe, por el tema tratado, por el ambiente”. (MARTÍNEZ ALBERTOS, 1993. p. 272).

“Es la exposición, la narración de un acontecimiento, en el orden en que fue desarrollándose. Se caracteriza por transmitir, además de información, las impresiones del cronista. Más que retratar la realidad este género se emplea para recrear la atmósfera en que se produce un determinado suceso”. (LEÑERO y MARÍN, 1986. p. 41)

Leñero y Marín definen tres tipos de crónicas: a) *informativa*, en la que el cronista se limita a informar sobre un suceso, sin emitir opiniones; b) *opinativa*, en la que el cronista informa y opina simultáneamente y c) *interpretativa*, que ofrece datos informativos esenciales pero, sobre todo, interpretaciones y juicios del cronista. (LEÑERO y MARÍN, 1986. p. 41)

- **Reportaje:** Martínez Albertos dice que “es la explicación de hechos actuales que ya no son estrictamente noticia –aunque a veces sí pueden serlo-. Intenta explicar el ser de los hechos y sus circunstancias explicativas. Es también ocasional, no se repite, no tiene continuidad en el periódico”. (MARTÍNEZ ALBERTOS, 1993. p. 271).

Según Leñero y Marín, “los reportajes se elaboran para ampliar, completar, complementar y profundizar en la *Noticia*; para explicar un problema, plantear y argumentar una tesis o narrar un suceso”. (LEÑERO y MARÍN, 1986. p. 43).

- **Artículo:** “Es el género subjetivo clásico. En el *Artículo*, el periodista expone sus opiniones y juicios sobre: las noticias más importantes (*Artículo editorial*) y los temas de interés general, aunque no necesariamente de actualidad inmediata (*Artículo de fondo*)”. (LEÑERO y MARÍN, 1986. p. 45)

Martínez Albertos señala que es la “exposición de ideas y de juicios valorativos suscitados a propósito de hechos que han sido noticias más o menos recientes. Puede ser ocasional o tener una periodicidad fija. Normalmente es ocasional”. (MARTÍNEZ ALBERTOS, 1993. p. 272).

- **Columna:** “Es el escrito que trata con brevedad uno o varios asuntos de interés y cuya característica singular es que aparece con una fisonomía, una presentación tipográfica constante, y tiene además un nombre invariable”. (LEÑERO y MARÍN, 1986. p. 45).

Existen tres clases de columna: a) *columna informativa*, que da a conocer varios hechos cuya trascendencia no los hace merecedores de un sitio independiente en la publicación; b) *columna de comentario*, que ofrece informaciones de pequeños hechos, aspectos desconocidos de noticias o detalles curiosos de personajes y hechos y c) *columna-crítica o columna-reseña*, que informa y comenta asuntos que requieren especialización. (LEÑERO y MARÍN, 1986. p. 45)

- **Editorial:** Leñero y Marín sostienen que el editorial “es el análisis y el enjuiciamiento de los hechos más sobresalientes del día en el caso de los diarios, o de la semana, la quincena y el mes, en el de las revistas. La característica esencial de este género es que resume la posición doctrinaria o política de cada empresa informativa frente a los hechos de interés colectivo”. (LEÑERO y MARÍN, 1986. p. 45)

5.3 Naturaleza del Medio

La información que entregue cada uno de los medios de comunicación variará de acuerdo a las características que éstos presenten. Por consiguiente, pueden mostrar una misma realidad de diferentes perspectivas.

En el caso de este estudio, los medios que se analizarán son los diarios. Maxwell McCombs señala al respecto: “los periódicos son los primeros promotores en organizar la agenda del público. Definen ampliamente el ámbito de interés público, pero los informativos televisivos no carecen totalmente de influencia. La televisión tiene un cierto impacto a corto plazo sobre la composición de la agenda del público. Tal vez la mejor manera de describir y distinguir dichas influencias sea aplicar a los periódicos el papel de *Agenda Setting* y a la televisión el de ‘enfaticación’ (o *spot-lighting*)”. (McCOMBS en WOLF, 1987. p.183)

Este mismo autor señala que "en general, consideramos que los diarios son fijadores de agenda más firmes, más fuertes que la televisión. Esto por dos razones, a veces las dos coexisten. La primera razón es que en los diarios, los editores tienen muchas páginas para tratar el tema y pueden hacerlo desde cuando está empezando a aparecer (...). La segunda razón tiene que ver con la credibilidad de los medios; hay áreas en las cuales todos los medios se consideran sospechosos y otras en que los medios lo son más que otros. En muchos países la televisión está bajo el control del gobierno, eso hace disminuir su credibilidad, versus los diarios, que están en manos privadas, lo que no significa que tengan claras opciones políticas". (McCOMBS, 1999. p.10)

Por su parte, Saperas, citando a McCombs, afirma que “la capacidad de crear agenda es mucho mayor en la prensa que en la televisión debido a los atributos de su audiencia y a la amplitud de los contenidos de la información política reflejados en las páginas de prensa diaria” (SAPERAS, 1987. pp. 79-80). El periodista estadounidense explica que “la prensa dispone de una mayor capacidad para establecer la agenda temática durante los primeros días”. (McCOMBS en SAPERAS, 1987. p. 80)

Lorenzo Vilches sostiene que “la información de la prensa escrita tiende a premiar la memoria de los acontecimientos, profundizándola y, en algunos casos, editorializándola” (VILCHES, 1989. p. 35). Según Wolf, la información impresa “permite o permitiría ir más allá de cada

acontecimiento, integrándolo bien en su contenido social, económico y político, bien en un marco interpretativo que lo vincule a otros acontecimientos y fenómenos”. (WOLF, 1987. p. 185)

Los medios impresos pueden detallar en diferentes aspectos la noticia. La prensa escrita puede abarcar la historia en un contexto amplio y establecer su significado al lector.

CAPITULO VI:

METODOLOGIA DE INVESTIGACION

6.1 Introducción

Para objeto de esta investigación, se definieron los procesos de descentralización, desconcentración y regionalización en nuestro país. Luego se procedió a revisar, en el marco teórico, los conceptos relacionados con comunicación, comunicación de masas, teoría de la *Agenda Setting*, periodismo regional y la aplicación de la teoría en cuestión en estos medios.

Para establecer la relación de la *Agenda Setting* y el periodismo regional, es necesario aplicar el instrumento metodológico denominado Análisis de Contenido. Esta técnica permite cuantificar el material que será sometido a análisis, en este caso, los textos periodísticos contenidos en los tres medios elegidos.

Se debe mencionar que en la Décima Región, la prensa escrita tiene una fuerte y larga presencia, a través de los diarios que pertenecen a un mismo conglomerado -Sociedad Periodística Araucanía-: El Diario Austral de Valdivia, El Diario Austral de Osorno (creados en 1982) y El Llanquihue de Puerto Montt (fundado en 1885).

En cuanto a la televisión, los canales sólo transmiten a través de la televisión por cable localmente, limitando su espectro de público no sólo a los abonados de cada empresa sino también a los habitantes de la región.

Respecto a la radio, las emisoras que transmiten en la región son ya mayoritariamente cadenas nacionales. Y las estaciones locales no poseen departamentos de prensa suficientemente organizados. Muchas veces leen directamente las noticias de los diarios.

Por este motivo, en el estudio se analizaron los medios de comunicación escrita presentes en la región y cómo presentaron el contexto regional, formando así en el público una imagen de la realidad.

Para ello, el presente estudio tiene por objetivo determinar las características de la realidad regional que presentan los medios de prensa escrita El Diario Austral de Valdivia, El Diario Austral de Osorno y El Llanquihue de Puerto Montt, a través de la *agenda setting*

que proponen dichos medios, en un período muestral que abarca algunos meses del año 2000, tiempo en que comenzó esta investigación.

Con el análisis de contenido como método de investigación, este estudio intenta:

1. Determinar la agenda temática de los tres medios de prensa considerados para esta investigación.
2. Identificar el tipo de fuentes al que recurren los autores de las notas informativas de los medios de prensa estudiados.
3. Determinar cuál es el tratamiento periodístico de las notas informativas.
4. Determinar cuál es el espacio que los medios de prensa escrita regionales otorgan a las crónicas informativas analizadas en el período de muestra.

El análisis de contenido cuantitativo corrobora el carácter técnico de este estudio, que sólo intenta demostrar en la práctica la teoría de *Agenda Setting* en los diarios pertenecientes a la Sociedad Periodística Araucanía S. A., que se publican en la Décima Región.

6.2. Características de los Medios Analizados

Como el análisis de contenido se aplicó a las ediciones de El Diario Austral de Valdivia, El Diario Austral de Osorno y El Llanquihue, es fundamental hacer una caracterización de los principales aspectos de estos medios de comunicación, con el fin de contextualizar los datos recogidos por la metodología.

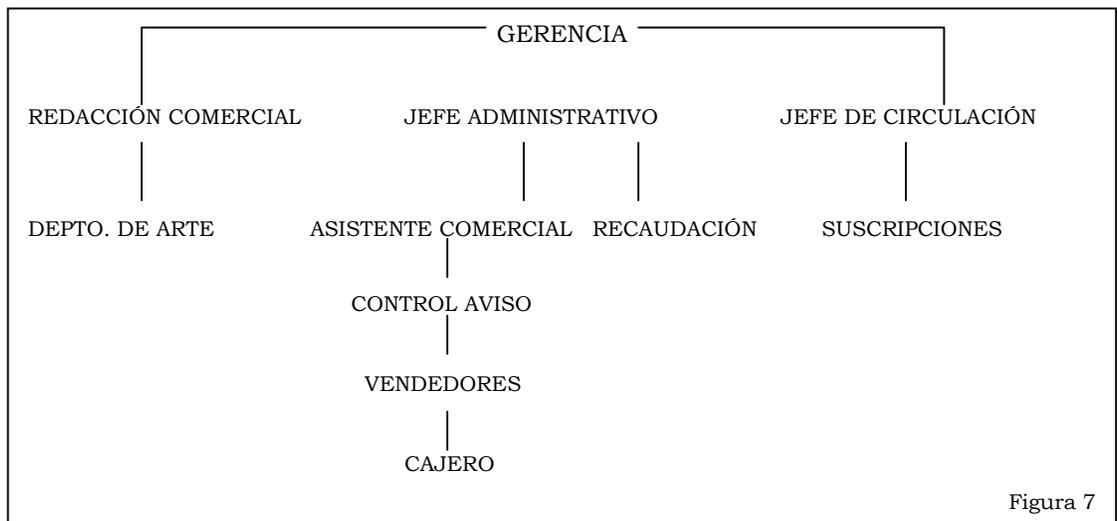
La forma en que se elaboran las pautas o agendas temáticas diarias, seleccionan las fuentes y se estructuran los textos informativos, están sujetos a las características y de la organización de estos medios.

Estos medios escritos, que circulan en la Décima Región, pertenecen a la Sociedad Periodística Araucanía S. A. P., de la cadena de diarios regionales El Mercurio. Esta sociedad tiene sus oficinas centrales en la ciudad de Temuco (Novena Región), desde donde se administran e imprimen los diarios antes mencionados.

Estos diarios funcionan con dos áreas de trabajo: Comercial y Redacción.

La principal actividad del Área Comercial (figura N° 7) es generar el financiamiento para cada publicación, administrar los recursos operativos del medio y distribuir diariamente los ejemplares. Es el Redactor Comercial quien se encarga de elaborar los suplementos y páginas especiales.

Organigrama Área Comercial

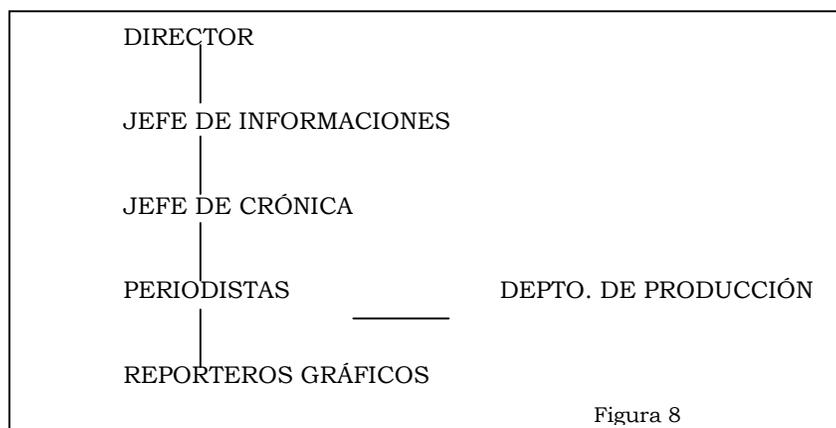


En el Área de Redacción (figura n° 8) se elabora el producto periodístico. Este diario utiliza el tamaño tabloide, con aproximadamente 20 páginas. Este departamento está a cargo del Director de cada medio, quien organiza el trabajo informativo y vigila que se cumpla con la línea editorial de éste.

En segundo lugar de importancia le sigue el Jefe de Informaciones, cuya función es supervisar el cumplimiento de la agenda temática diaria y de la edición de los hechos más importantes. Luego está el Jefe de Crónica, quien organiza la labor diaria de los periodistas y diagrama las páginas de cada edición.

El Área de Redacción posee un equipo de periodistas (con y sin título profesional) y reporteros gráficos.

Organigrama Área de Redacción



Los 3 diarios están divididos en dos cuerpos informativos. El Cuerpo A es elaborado por el Área de Redacción y contiene las informaciones de las provincias. El Cuerpo B contiene noticias nacionales e internacionales, es confeccionado en Temuco y es distribuido en todos los diarios de la Sociedad Periodística Araucanía.

6.3 Análisis de Contenido

El análisis de contenido es, de acuerdo a Bernard Berelson, “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación” (BERELSON, 1968. p.6). En palabras de Rota y Muriel, este análisis “permite la descripción objetiva y sistemática del material que se obtiene por medio de la comunicación verbal o escrita. Su finalidad es la de permitir que el material procedente de diversas fuentes pueda ser analizado, interpretado y comparado en términos de algún denominador común”. (MURIEL y ROTA, 19 p. 136)

A diferencia de Berelson, que señalaba que este tipo de análisis trabaja en contenidos manifiestos, Muriel y Rota agregan que esta metodología se puede emplear también en contenidos latentes “o el que se encuentra ‘detrás’ y que puede interpretarse o inferirse de lo expresado o de la conducta no verbal y del clima de la situación”. (MURIEL y ROTA, 19 p. 136)

Maribel Quezada señala que “en términos sucintos el análisis de contenido focaliza su interés en estudiar y describir qué dicen determinados mensajes. Más aún, muchas veces un estudio así debe descubrir incluso lo que ellos omitieron, lo cual puede llegar a ser

tanto o más importante para los objetivos del análisis que lo que efectivamente los mensajes expresan”. (QUEZADA, 1992. p. 19)

Todo documento hablado, escrito o sensorial contiene potencialmente una cantidad de informaciones sobre su autor, sobre el grupo al cual él pertenece, sobre los hechos y acontecimientos relatados, sobre los efectos buscados por la presentación de la información, sobre el mundo o sobre el sector de la realidad del cual proviene.

De acuerdo a las definiciones mencionadas, el análisis de contenido posee cuatro características fundamentales como método de investigación:

1. Objetivo: Significa que las categorías utilizadas para analizar el contenido deben ser definidas en forma muy precisa para que diferentes personas puedan analizar el mismo mensaje utilizando dichas definiciones y obtener los mismos resultados.
2. Sistemático: Significa que la selección del contenido a analizarse debe estar basada en un plan serio predeterminado y sin prejuicio; en otras palabras el analista no puede seleccionar para su examen solamente aquellos elementos del contenido que se acomodan a su hipótesis e ignorar todos los demás.
3. Cuantitativo: Significa que los resultados del analista se expresan generalmente en alguna forma numérica: en distribuciones de frecuencia, en tablas de contingencia, en coeficientes de correlación, en proporciones y en porcentajes de varias naturalezas.
4. Manifiesto: Significa que el análisis semántico utilizado en el análisis de contenido es, normalmente, de una naturaleza directa y sencilla: tiene que tratar, como lo dice Harold Lasswell, Daniel Lerner e Ithiel Pool, de “leer en las líneas” y no “entre líneas”. El investigador puede interesarse en descubrir las fuerzas en que dieron forma al mensaje o los efectos que puede tener el mensaje, pero sin codificar el contenido en términos de estas fuerzas o efectos latentes. Codifica el contenido en términos relativamente obvios de aquello que dice. Esto no debe interpretarse como que el investigador siempre está de acuerdo

sobre el contenido manifiesto de los mensajes. (WAYNE en NAFZINGER y WHITE, 1972. pp. 133-134)

Para Roger Muchielli, “analizar el contenido (de un documento o de una comunicación) es averiguar, por medio de métodos seguros, las informaciones que se encuentran, como descubrir el significado o los significados de lo que se presenta, formular y clasificar todo lo que contiene este documento o esta comunicación”. (MUCHIELLI en QUEZADA, 1992. p. 23)

El análisis de contenido según Krippendorff “posee varios componentes y pasos diferentes en el proceso”. (KRIPPENDORFF, 1990. p. 75)

6.3.1 El Corpus y Los Datos

Dentro del análisis de contenido es necesario determinar el corpus en que será aplicada esta técnica.

Según Maribel Quezada “se llama Corpus al conjunto del material donde están presentes – según suponemos- las características que nos interesa analizar o descubrir de los mensajes”. (QUEZADA, 1992. p.91)

El corpus, es entonces, la adición de documentos que se reúnen para el análisis y de él se desprenden los datos.

Uno de los componentes del análisis de contenido es el dato, que Krippendorff define como “una unidad de información registrada en un medio duradero, que se distingue de otros datos, puede analizarse mediante técnicas explícitas y es pertinente con respecto a un problema determinado”. (KRIPPENDORFF, 1990. p. 76)

Los datos deben entregar información teórica y de la realidad que representan. Es decir, deben ser representativos de sucesos existentes.

6.4 Unidades de Análisis

Para llevar a cabo el análisis es necesario clasificar la información que se posee. “Hay que fragmentarla en o de acuerdo con lo que requiera nuestro objetivo central que no es otro que encontrar la

respuesta al problema en el texto o los mensajes que estudiaremos. Estos fragmentos son las *Unidades del Análisis*". (QUEZADA, 1992. p. 104)

Krippendorff distingue tres clases de unidades de análisis: (KRIPPENDORFF, 1990. p. 82)

- Unidades de Muestreo
- Unidades de Registro
- Unidades de Contexto

Según este autor, "las unidades nunca son absolutas: surgen de la interacción entre la realidad y su observador; son una función de los hechos empíricos, de las finalidades de la investigación y de las exigencias que plantean las técnicas disponibles". (KRIPPENDORFF, 1990. pp. 81-82)

6.4.1 Unidades de Muestreo

Las unidades son "aquellas porciones de la realidad observada, o de la secuencia de expresiones de la lengua fuente, que se consideran independientes unas de otras. Aquí, "independientes" es sinónimo de no relacionadas, no ligadas entre sí, no ordenadas o libres, de modo que la inclusión o exclusión de una unidad de muestreo cualquiera como dato en un análisis carece de consecuencias lógicas o empíricas en lo que se refiere a las elecciones entre otras unidades". (KRIPPENDORFF, 1990. p. 82)

Se determinó que de un universo de 366 diarios (que se publicaron en el año 2000). De cual se excluyeron los ejemplares de los días sábado y domingo, ya que hay un importante aumento en el número de páginas y en el contenido de los diarios. No se consideraron el cuerpo B -impreso en Temuco y que contempla información de carácter nacional- los suplementos, los reportajes, los editoriales, columnas de opinión, entrevistas y las agendas cultural y deportiva.

Finalmente, la muestra resultó ser de 78 ejemplares en total. Esta muestra consideró un 0.1% de error estándar. El total de la muestra a considerar para el análisis se obtuvo de la siguiente manera:

$$n = \frac{z^2 * \sigma^2}{e^2}$$

n: factor de representatividad de la muestra
z: nivel de confianza
e: error estándar
 σ : varianza

Esto llevado a números es:

$$n = \frac{3.8416 * 0.25}{0.01} = 96$$

Existe un 96% de que la muestra sea representativa.

Por lo tanto n_0 (valor de la muestra) será:

$$n_0 = \frac{n * N}{n + (N + 1)}$$

n: grado de representatividad
N: universo

$$n_0 = \frac{96 * 366}{96 + 367} = 76 \text{ (ejemplares)}$$

Finalmente, el valor de la muestra es de 76 ejemplares en total de los tres medios a analizar, más otros 2 ejemplares debido al nivel de error existente. Esto se distribuyó equitativamente en los tres medios analizados: 26 ejemplares por cada medio.

Seguidamente se determinó utilizar un muestreo aleatorio simple, ya que por definición “es un método de selección de n unidades sacadas de N, de tal manera que cada una de las muestras tiene la misma oportunidad de ser escogida”. (HERNÁNDEZ SAMPIERI, 1991. p. 212)

Se debe aclarar que la metodología de análisis de contenido fue aplicada a las crónicas informativas. De éstas se consideró sólo el mensaje escrito, excluyendo el apoyo gráfico, los titulares y las bajadas.

6.4.2 Unidades de Registro

Krippendorff señala que “las unidades de registro se describen por separado, y pueden considerarse partes de una unidad de muestreo que es posible analizar de forma aislada.” (KRIPPENDORFF, 1990. p. 82)

Holsti define una unidad de registro como “el segmento específico de contenido que se caracteriza al situarlo en una categoría determinada”. (KRIPPENDORFF, 1990. p. 84)

De acuerdo a Krippendorff, “otro motivo para elegir unidades de registro que difieran de las unidades de muestreo es que estas últimas

con frecuencia son demasiado amplias, ricas o complejas como para utilizarlas en la descripción”. (KRIPPENDORFF, 1990. p. 84)

En este estudio, las unidades de registro son las crónicas informativas de los 78 ejemplares de El Diario Austral de Valdivia, El Diario Austral de Osorno y El Llanquihue, impreso en Puerto Montt.

De acuerdo a Vicente Leñero y Carlos Marín, crónica es “la exposición, la narración de un acontecimiento, en el orden en que fue desarrollándose. Se caracteriza por transmitir, además de información, las impresiones del cronista. Más que retratar la realidad este género se emplea para recrear la atmósfera en que se produce un determinado proceso”. (LEÑERO y MARIN, 1986. p. 43)

Se distinguen tres clases de crónicas:

1. Informativa: que se limita a informar del suceso, sin emitir juicios de valor.
2. Opinativa: que intercala comentarios y acotaciones del cronista.
3. Interpretativa: que hace interpretaciones y emite juicios acerca del hecho en general o de sus elementos sustanciales. (LEÑERO y MARIN, 1986. p. 156)

La crónica informativa es “la información cronológica y pormenorizada de un acontecimiento, sin que en el escrito intervengan las opiniones y juicios del periodista”. (LEÑERO y MARIN, 1986. p. 156)

De acuerdo a esta definición de crónica informativa de los diarios analizados, se justifica a este género periodístico como unidad de registro, ya que son éstas las que presentan los elementos que investigamos, considerándolas en su totalidad y no fragmentándolas para registrar unidades más pequeñas.

6.4.3 Unidades de Contexto

“Las unidades de contexto fijan límites a la información contextual que puedan incorporarse a la descripción de una unidad de registro. Demarca aquella porción del material simbólico que debe examinarse para caracterizar la unidad de registro”. (KRIPPENDORFF, 1990. p. 85)

Quezada explica que este tipo de unidades “son aquellos fragmentos del mensaje más amplios que las unidades de registro, y que les otorgan sentido a éstas últimas. No quedan registradas, pero el analista debe igualmente examinarlas para no incurrir en equivocaciones al momento de comprender el significado que adquiere en el mensaje cada unidad de registro”. (QUEZADA, 1992. p. 119)

En este caso, las unidades de contexto son:

- La **agenda temática**, que considera los frentes informativos y las localidades de cada provincia de la Décima Región, y
- El **tratamiento periodístico**, que contempla el espacio asignado a cada crónica y el tipo y el número de fuentes.

A) Agenda Temática

Por **Agenda Temática**, entendemos al conjunto y la orden de importancia que los diarios de la Décima Región le otorgan a los temas que cubren, de acuerdo al espacio y al tratamiento periodístico entregado.

A esta unidad de contexto le otorgaremos dos categorías:

- Frente Informativo
- Localidad

A cada categoría se le designaron unidades temáticas. “Las unidades temáticas se identifican por su correspondencia con una definición estructural particular del contenido de los relatos, explicaciones o interpretaciones. Las unidades temáticas exigen una profunda comprensión de la lengua fuente, con todos sus matices de significado y contenido”. (KRIPPENDORFF, 1990. p. 90)

1. Frente Informativo: Las subcategorías son las siguientes:

- a) Policial
- b) Comunidad
- c) Universidad
- d) Política
- e) Economía
- f) Deportes

- g) Ciencia, Salud y Tecnología
- h) Religión
- i) Cultura

Por **Frente**, entendemos a los temas que abarcan un tipo de hechos noticiosos, de acuerdo a una organización determinada por cada medio de comunicación.

La selección de estas categorías se realizó de acuerdo a la división temática que los mismos diarios hacen para clasificar la información que entregan.

La información se registró en una determinada categoría conforme a los protagonistas del hecho, es decir, desde donde se genera la noticia.

A continuación serán definidas cada una de las subcategorías:

- a) **Policial:** Esta categoría comprenderá todos los delitos, accidentes y catástrofes que figuren en los medios impresos de información durante el período que considera la muestra. Además incluye las noticias que surgen de los tribunales de justicia.
- b) **Comunidad:** En esta categoría serán tomadas en cuentas las informaciones que tengan relación con actividades de las organizaciones comunales, vecinales, sindicales y de beneficencia. Además, se recogerán las iniciativas y hechos concretos del gobierno regional, provincial y municipal y de los parlamentarios en pro de la comunidad.
- c) **Universidad:** Esta temática abarcará los hechos relacionados con la actividad de las organizaciones universitarias o de Educación Superior.
- d) **Política:** En esta categoría se registrará todo lo alusivo a partidos políticos y actividades de esa índole.
- e) **Economía:** Este punto comprenderá aquellas actividades económicas regionales, provinciales y comunales.

- f) **Deportes:** Se abarcarán todas aquellas actividades competitivas del deporte.
 - g) **Ciencia, Salud y Tecnología:** Esta categoría incluye los temas relacionados con los avances en estas áreas.
 - h) **Religión:** Se considerarán las acciones realizadas por los distintos credos.
 - i) **Cultura:** Se contemplan todas las expresiones artísticas doctas, populares y folclóricas.
- 2. Localidad:** Esta categoría será diferente para cada diario, ya que cada uno de ellos abarca territorios geográficos distintos.

Para El Diario Austral de Valdivia, las subcategorías son:

- a) Valdivia
- b) Mariquina
- c) Lanco
- d) Los Lagos
- e) Futrono
- f) Corral
- g) Máfil
- h) Panguipulli
- i) La Unión
- j) Paillaco
- k) Río Bueno
- l) Lago Ranco

Para El Diario Austral de Osorno, las subcategorías son:

- a) Osorno
- b) San Pablo
- c) Entre Lagos
- d) Puerto Octay
- e) Purrانque
- f) Río Negro

g) San Juan de la Costa

Las subcategorías de El Llanquihue son:

- a) Puerto Montt
- b) Puerto Varas
- c) Cochamó
- d) Calbuco
- e) Maullín
- f) Los Muermos
- g) Fresia
- h) Llanquihue
- i) Frutillar
- j) Castro
- k) Ancud
- l) Quemchi
- m) Dalcahue
- n) Curaco de Vélez
- o) Quinchao
- p) Puqueldón
- q) Chonchi
- r) Queilén
- s) Quellón
- t) Chaitén
- u) Huailahué
- v) Futaleufú
- w) Palena

B) Tratamiento Periodístico

Por **Tratamiento Periodístico** entendemos a los mecanismos y recursos técnico-profesionales que los medios y sus periodistas utilizan para cubrir su pauta noticiosa.

Entre estos están:

- Tipo de Fuente
- Número de Fuentes
- Espacio Asignado a la Noticia

1. **Tipo de Fuente:** De acuerdo a Manuel López, se considera *fuentes informativas* a “un canal –persona o institución- que nos proporciona datos sustanciales o complementarios –al ser testigo directo o indirecto- para poder confeccionar noticias, reportajes, crónicas e informes”. (LÓPEZ, 1995. p. 31)

Esta categoría también se identifica con lo que Krippendorff denomina “unidad temática”.

Las subcategorías están confeccionadas de acuerdo a la clasificación que hace este periodista español hace en su libro “Cómo se Fabrican las Noticias. Fuentes, selección y planificación”.

- a) fuentes propias
- b) fuentes institucionales
- c) fuentes espontáneas
- d) fuentes confidenciales
- e) fuentes anónimas

Las **fuentes propias** son las establecidas por el propio medio: la parrilla de periodistas es la base de este tipo de fuentes, pero también los pactos de editor con empresas e instituciones.

En el análisis, como fuente propia se consideró a la observación directa de los periodistas y a la información extraída de comunicados de prensa. Es decir, las crónicas que presentaron este tipo de fuentes no mostraron citas entre comillas o no se le atribuyó a una persona determinada.

Las **fuentes institucionales** son aquellas procedentes de los que hemos convenido en calificar de poder: financiero, político y religioso, especialmente, pero también social.

Las fuentes institucionales son aquellas que provienen de representantes de organismos gubernamentales y no gubernamentales, que tienen una influencia y una imagen importantes en la comunidad.

Las **fuentes espontáneas** son las más interesantes porque proceden de aquellos sectores de la sociedad que generalmente entran en conflicto con las grandes corporaciones que constituyen el poder. Es lo que usualmente se llama 'el hombre de la calle'.

En este tipo de fuentes se contempló aquella información que proviene de las personas comunes, que no representan a ninguna entidad.

Las **fuentes confidenciales** están relacionadas con el poder y a través de ellas obtenemos documentos e informes de gran valor periodístico a los que no hemos podido acceder por vías convencionales.

Las fuentes confidenciales son las referencias a información que alude a instituciones, sin dar el nombre de las personas que la otorgaron ni especificando cómo se obtuvo tal información.

Las **fuentes anónimas** suelen ser personas que informan de algún hecho de interés periodístico pero que lo hacen sin darse a conocer. (LOPEZ, 1995. pp. 37-38-40)

2. Número de Fuentes: El número de fuentes mencionadas y registradas en una crónica periodística revela el tratamiento periodístico que se le dio a la información. Da indicios de la preocupación, por parte del reportero y del medio.

- a) Una
- b) Dos
- c) Tres o Cuatro
- d) Cinco o seis
- e) Siete o más
- f) Ninguna

3. Espacio Asignado: De acuerdo al espacio y lugar que un medio otorga a cierta información, se desprenderá su importancia para la agenda temática y el tratamiento periodístico.

Este tipo de categoría es denominada unidad física, y según Krippendorff este tipo de unidades “dividen un medio de acuerdo con el tiempo, la longitud, el tamaño o el volumen, y no de acuerdo con la información que transmiten”. (KRIPPENDORFF, 1990. p. 87)

En esta categoría se midió el área de la crónica, es decir, el resultado de la altura calculada en centímetros por el ancho de la columna.

6.5 Presentación de Resultados del Análisis de Contenido “El Diario Austral de Valdivia”

A continuación se procede a presentar la información obtenida del análisis de contenido aplicado a las categorías y sub-categorías previamente establecidas para efectos de la investigación:

TABLA N° 1: Categoría Agenda Temática (Comuna Valdivia)

TEMÁTICA	TOTAL	%
Policial	43	11.87
Comunidad	162	44.75
Universidad	16	4.41
Política	23	6.35
Economía	20	5.52
Deportes	59	16.29
Cs., Salud y Tecnología	11	3.03
Religión	5	1.38
Cultura	23	6.35
TOTAL	362	100%

De la tabla se desprende que durante el período muestral, en “El Diario Austral de Valdivia”, la temática Comunidad es la que ha tenido mayor cobertura con 162 crónicas (44.75%). Seguida por la temática Deportes, con 59 crónicas (16.29%) y Policial, con un total de 43 crónicas (11.87%)

De acuerdo a la clasificación previa establecida para esta categoría, en el ítem Comunidad se tomaron en cuenta las informaciones que tienen relación con actividades de las organizaciones comunales, vecinales, sindicales y de beneficencia. Además, se recogieron las iniciativas y hechos concretos del gobierno regional, provincial y municipal y de los parlamentarios en pro de la comunidad.

En tanto, la subcategoría Policial comprende todos los delitos, accidentes y catástrofes que figuraron en los medios impresos de información durante el período de muestra. Además incluye las noticias que surgen de los tribunales de justicia.

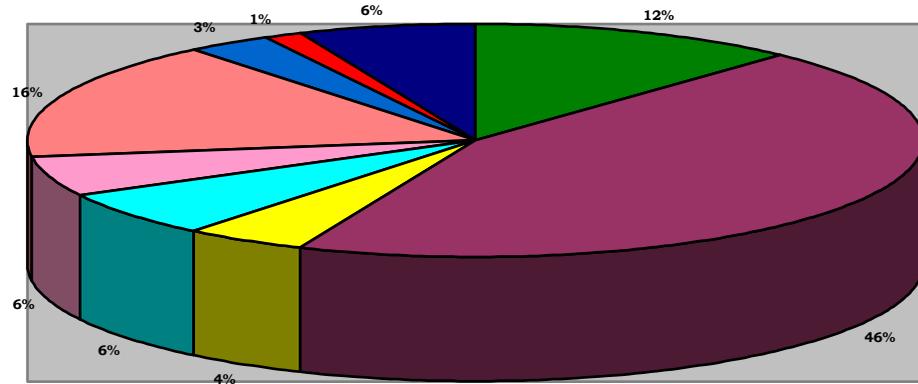
En Deportes se consideraron todas aquellas actividades competitivas del deporte.

Se concluye también que las temáticas con menor cobertura por parte de este medio escrito, son Religión, con 5 crónicas (1.38%),

Ciencia, Salud y Tecnología con 15 crónicas (3.03%) y, finalmente, Universidad con sólo 16 crónicas (4.41%).

Lo anteriormente expuesto se aclara en el gráfico:

**Gráfico Categoría Agenda Temática El Diario Austral de Valdivia
(Comuna Valdivia)**



POLICIAL	COMUNIDAD	UNIVERSIDAD
POLÍTICA	ECONOMÍA	DEPORTES
Cs, Ss. Y Tecnol	RELIGIÓN	CULTURA

TABLA N° 2: Categoría Tipo de Fuentes (Comuna Valdivia)

TIPO DE FUENTES	TOTAL	%
Propias	164	27.47
Institucionales	375	62.81
Espontáneas	39	6.53
Confidenciales	11	1.84
Anónimas	8	1.34
TOTAL	597	100

De acuerdo a la tabla, El Diario Austral de Valdivia, durante el periodo de muestra, consultó en su mayoría a las fuentes de tipo Institucional, con un total de 375 consultas (62.81%). Otro tipo de fuente que también destaca es el de tipo Propia, con 164 referencias (27.47%).

De esto se desprende la notoria dependencia que existe a las fuentes oficiales, como por ejemplo, Municipalidad, Gobernación y otras instituciones gubernamentales y no gubernamentales. Además, de la manifiesta utilización de fuentes propias, es decir, de la información que obtiene el periodista a través de la observación directa de los hechos y de los comunicados de prensa.

Las fuentes menos consultadas son las de tipo Anónimas, con 8 referencias (1.34%), y Confidenciales, con 11 consultas (1.84%).

A continuación, se grafica esta situación de la siguiente forma:

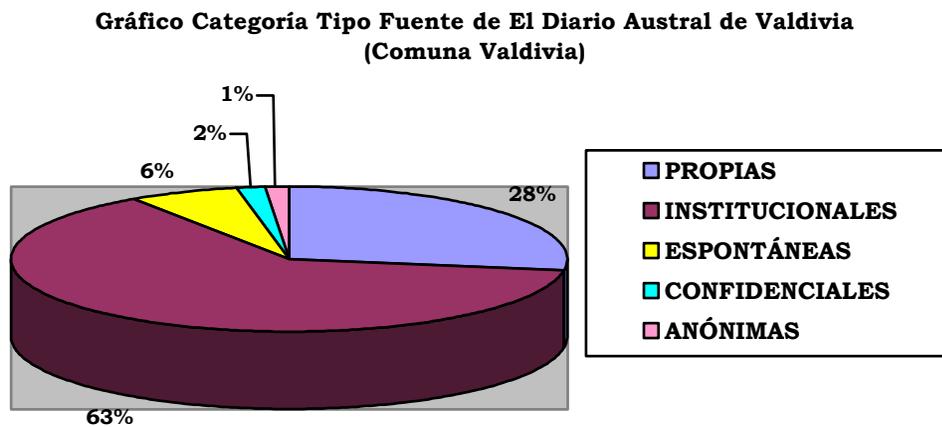


TABLA N° 3: Categoría Número de Fuentes (Comuna Valdivia)

NÚMERO DE FUENTES	TOTAL	%
1	203	56.07
2	33	9.11
3-4	12	3.31
5-6	3	0.82
7 ó más	0	0
Ninguna	111	30.66
TOTAL	362	100

En la tabla se puede observar que en El Diario Austral de Valdivia, la mayoría de sus crónicas constan de una sola fuente de información, ya que el análisis arrojó que de un total de 362 crónicas revisadas, 203 presentan una sola fuente (56.07%). Seguida de 111 crónicas (30.66%) que no registraron ningún tipo de citas.

En un 4.13% se encontraron crónicas con más de dos fuentes, de lo que se deduce que existe un menor grado de investigación en el trabajo periodístico. Cabe señalar que durante el periodo muestral no se presentaron crónicas con siete o más fuentes.

Gráfico Categoría Número de Fuentes de El Diario Austral de Valdivia (Comuna Valdivia)

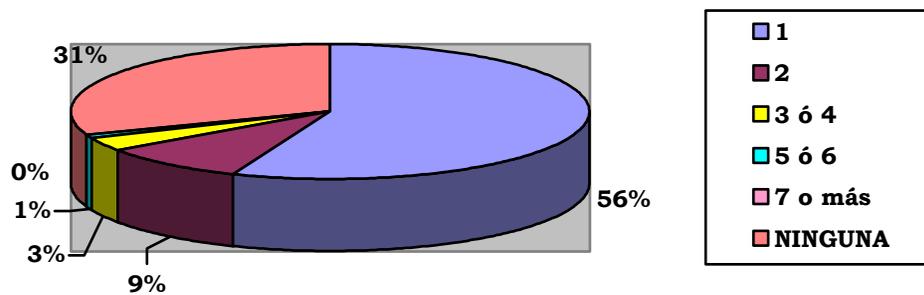


TABLA N° 4: Categoría Agenda Temática (Comunas de la Provincia de Valdivia)

TEMÁTICA	TOTAL	%
Policial	9	21.42
Comunidad	28	66.67
Universidad	0	0
Política	0	0
Economía	0	0
Deportes	1	2.38
Cs., Salud y Tecnología	2	4.76
Religión	1	2.38
Cultura	1	2.38
TOTAL	42	100

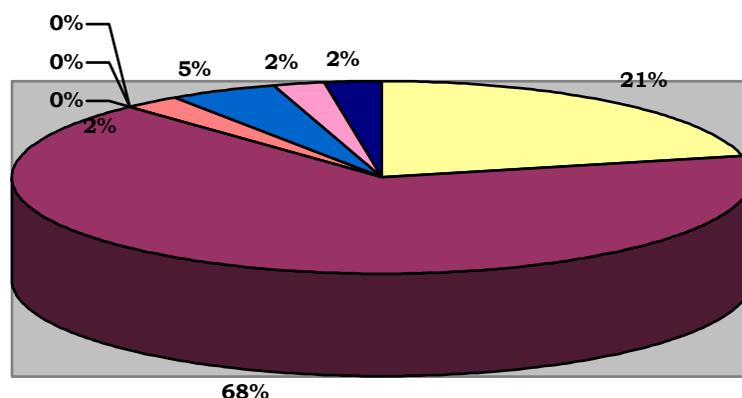
El cuadro anterior muestra la cantidad de crónicas de las comunas restantes de la provincia de Valdivia (no se considera la comuna de Valdivia) que El Diario Austral presentó en la muestra, con un total de 42 crónicas.

Del total de crónicas de las comunas, la gran mayoría eran de la temática Comunidad, con 28 crónicas (66,67%). En segundo lugar se ubica la temática Policial con un total de 9 crónicas (21,42%).

Por otra parte, las temáticas que no fueron abarcadas son Política, Economía y Universidad.

Cabe destacar la diferencia de un 45% entre las dos temáticas más tratadas.

Gráfico Categoría Agenda Temática El Diario Austral (Comunas de la Provincia de Valdivia)



■ POLICIAL	■ COMUNIDAD	□ UNIVERSIDAD
□ POLÍTICA	■ ECONOMÍA	■ DEPORTES
■ Cs, Ss. Y Tecnol	■ RELIGIÓN	■ CULTURA

TABLA N° 5: Categoría Tipo de Fuentes (Comunas de la Provincia de Valdivia)

TIPO DE FUENTES	TOTAL	%
Propias	14	26.92
Institucionales	26	50
Espontáneas	5	9.61
Confidenciales	4	7.69
Anónimas	3	5.76
TOTAL	52	100

En la cobertura de la información comunal, la tendencia es el uso de la fuente institucional, como principal apoyo a la investigación periodística, ya que el 50% de las fuentes consultadas son de este tipo.

El otro tipo de fuentes consultada es la de tipo Propia, es decir, la observación directa del periodista y los comunicados de prensa, que presenta un 26.92%.

Gráfico Categoría Tipo de Fuente El Diario Austral (Comunas Provincia de Valdivia)

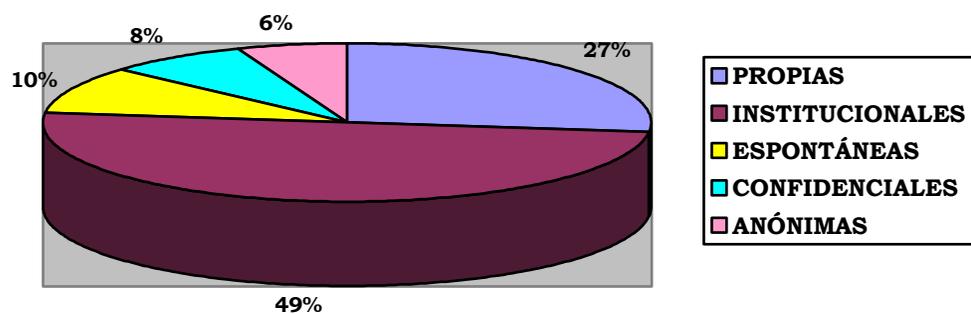


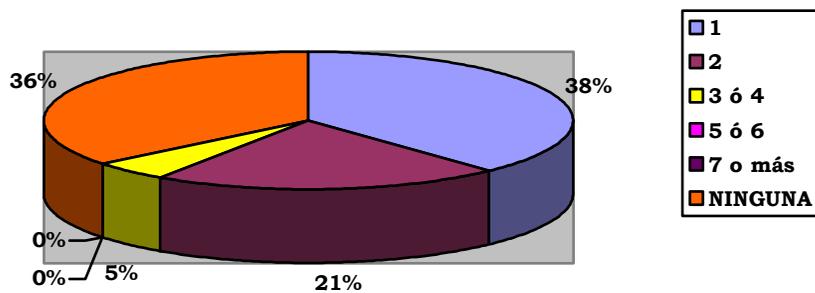
TABLA N° 6: Categoría Número de Fuentes (Comunas Provincia Valdivia)

NÚMERO DE FUENTES	TOTAL	%
1	16	38.09
2	9	21.42
3-4	2	4.76
5-6	0	0
7 ó más	0	0
Ninguna	15	35.71
TOTAL	42	100

En este cuadro, se observa que las alternativas Una fuente y Ninguna son parejas, ya que la primera opción presenta un 38.09% y la segunda, un 35.71%.

Se deduce que la información que es presentada, muestra sólo una visión de los hechos que suceden en las comunas que integran la Provincia de Valdivia.

Gráfico Categoría Número de Fuentes El Diario Austral (Comunas de la Provincia de Valdivia)



**TABLA N° 7: Categoría Espacio Asignado (Centímetro/Columna)
Comuna Valdivia**

AGENDA TEMÁTICA	Cm/Col.	%
Policial	4592.98	10.30
Comunidad	19636.31	44.05
Universidad	2301.98	5.16
Política	3021.94	6.78
Economía	3010.14	6.75
Deportes	7011.05	15.73
Cs., Ss., y Tecnología	1606	3.60
Religión	619.35	1.38
Cultura	2708.1	6.07
Total	44567.85	100

En la tabla se observa que a la temática Comunidad se le asigna más espacio, con un 44.05%. Le siguen las temáticas Deportes, con un 15.73%, y Policial, con un 10.30%.

Más homogénea es la situación de las temáticas Universidad (5.16%), Cultura (6.07%), Economía (6.75%) y Política (6.78%).

Las temáticas con menor espacio asignado son Religión, con sólo 1.38%, y Ciencias, Salud y Tecnología, con 3.60%.

Gráfico Categoría Espacio Asignado El Diario Austral (Comuna Valdivia)

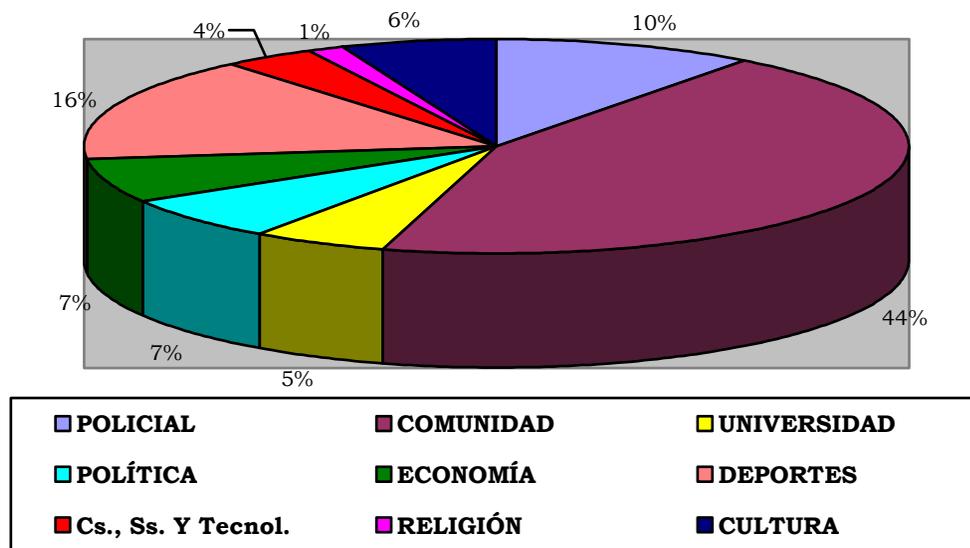


TABLA N° 8: Categoría Espacio Asignado Provincia de Valdivia

COMUNA	Cm/Col.	%
Valdivia	44567.85	90.66%
Mariquina	430.2	0.87%
Lanco	407.35	0.82%
Los Lagos	495.9	1%
Futrono	650.95	1.32%
Corral	68.2	0.13%
Máfil	0	0
Panguipulli	1192	2.42%
La Unión	542.12	1.1%
Paillaco	804.75	1.63%
Río Bueno	0	0
Lago Ranco	0	0
TOTAL	49159.32	100

El Diario Austral asigna un gran porcentaje (90.66%) de su espacio a información que surge en la comuna de Valdivia, que es la capital de la Provincia del mismo nombre, mostrando claramente la tendencia centralista de este medio.

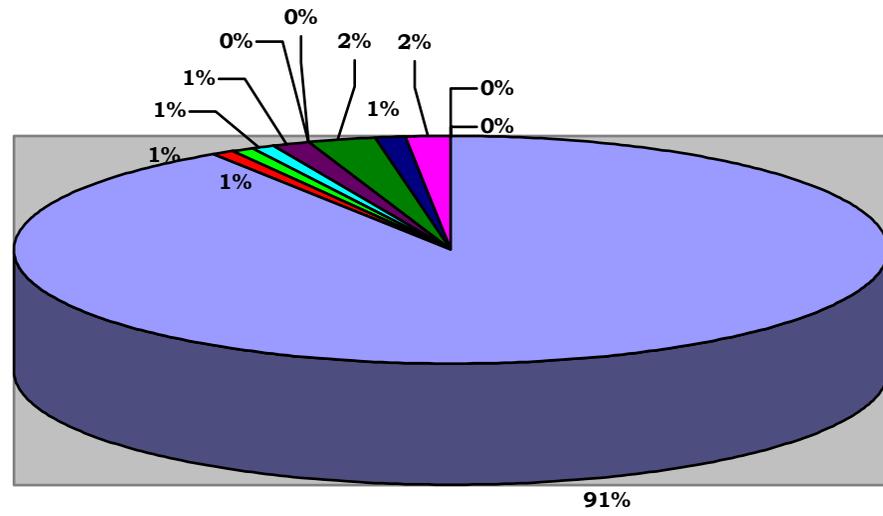
Panguipulli es la segunda comuna que presenta un mayor porcentaje (2.42%) respecto al resto de las comunas que integran la provincia. Pero este porcentaje es bastante lejano al que registra Valdivia.

Es importante destacar que las comunas de Máfil, Río Bueno y Lago Ranco no fueron cubiertas por El Diario Austral, durante el periodo de muestra. Cabe señalar que Río Bueno, de acuerdo al censo de 1992, es la tercera ciudad más poblada de la provincia, con 13.149 habitantes.

Los centros turísticos de la provincia también recibieron menor espacio en este medio. Comunas como Lago Ranco (0%), Corral (0.13%) y Los Lagos (1%) registraron una presencia casi nula.

La Unión, que es la segunda ciudad más poblada de la provincia, sólo recibió 1.1% de espacio, sin olvidar que es un importante centro industrial para la provincia.

Gráfico Categoría Espacio Asignado El Diario Austral (Provincia de Valdivia)



VALDIVIA	MARIQUINA	LANCO	LOS LAGOS
FUTRONO	CORRAL	MÁFIL	PANGUIPULLI
LA UNIÓN	PAILLACO	RÍO BUENO	LAGO RANCO

6.6 Presentación de Resultados del Análisis de Contenido “El Diario Austral de Osorno”

TABLA N° 9: Categoría Agenda Temática (Comuna Osorno)

TEMÁTICA	TOTAL	%
Policial	66	18.08
Comunidad	139	38.08
Universidad	8	2.19
Política	15	4.1
Economía	11	3.01
Deportes	63	17.26
Cs., Salud y Tecnología	17	4.65
Religión	15	4.1
Cultura	31	8.49
TOTAL	365	100

De la tabla se desprende que durante el período muestral, en “El Diario Austral de Osorno”, la temática Comunidad es la que ha tenido mayor cobertura con 139 crónicas (38.08%). Seguida por la temática Policial, con 66 crónicas (18.08%) y Deportes, con un total de 63 crónicas (17.26%)

Por otra parte, las temáticas con menor cobertura por parte de este medio escrito, son Universidad, con 8 crónicas (2.19%), Economía, con 11 crónicas (3.01%) y, finalmente, Religión y Política ambas con 15 crónicas (4.1%).

Gráfico Categoría Agenda Temática El Diario Austral de Osorno (Comuna Osorno)

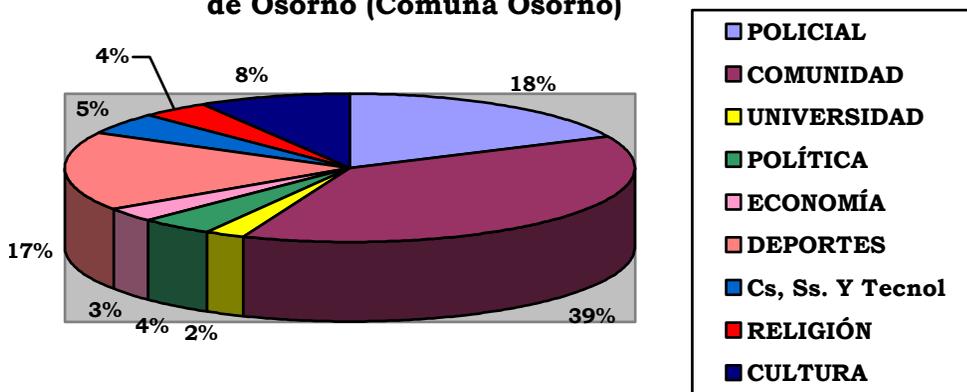


TABLA N° 10: Categoría Tipo de Fuentes (Comuna Osorno)

TIPO DE FUENTES	TOTAL	%
Propias	154	26.14
Institucionales	307	52.12
Espontáneas	93	15.7
Confidenciales	17	2.88
Anónimas	18	3.05
TOTAL	589	100

De acuerdo a la tabla, El Diario Austral de Osorno, durante el periodo de muestra, consultó en su mayoría a las fuentes de tipo Institucional, con un total de 307 consultas (52.12%). Otro tipo de fuente que también destaca es el de tipo Propia, con 154 referencias (26.14%).

Se debe destacar, en este caso, la utilización de fuentes espontáneas en un importante número, con 93 citas (15.7%). Este tipo de fuentes consulta la opinión o testimonio de las “personas comunes”.

Las fuentes menos aludidas son las de tipo Confidenciales, con 17 consultas (2.88%), y Anónimas, con 18 referencias (3.05%)

A continuación, se grafica esta situación de la siguiente forma:

Gráfico Categoría Tipo Fuente de El Diario Austral de Osorno (Comuna Osorno)

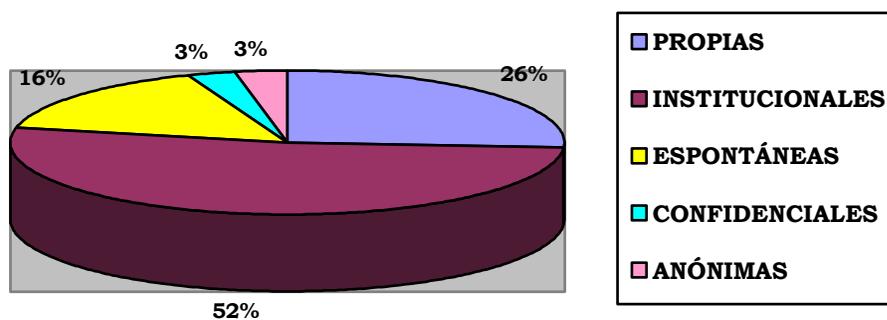


TABLA N° 11: Categoría Número de Fuentes (Comuna Osorno)

NÚMERO DE FUENTES	TOTAL	%
1	175	47.94
2	76	20.82
3-4	30	8.21
5-6	1	0.27
7 ó más	2	0.54
Ninguna	81	22.19
TOTAL	365	100

En el cuadro se puede apreciar que en El Diario Austral de Osorno, la mayoría de sus crónicas constan de Una sola fuente de información, ya que el análisis arrojó que de un total de 365 crónicas revisadas, 175 presentan una sola fuente (42.94%).

En el caso de las crónicas que presentan Ninguna fuente y de las que presentan Dos, la situación es similar. En el primer caso, el porcentaje es de un 22.19% y, en el segundo, de un 20.82%, registrando una diferencia mínima en ambos puntos.

En las situaciones de las crónicas que presentan entre 5 ó 6 y 7 o más fuentes, la suma de ambos porcentajes corresponde a un 0.81%.

Gráfico Categoría Número de Fuentes de El Diario Austral de Osorno (Comuna Osorno)

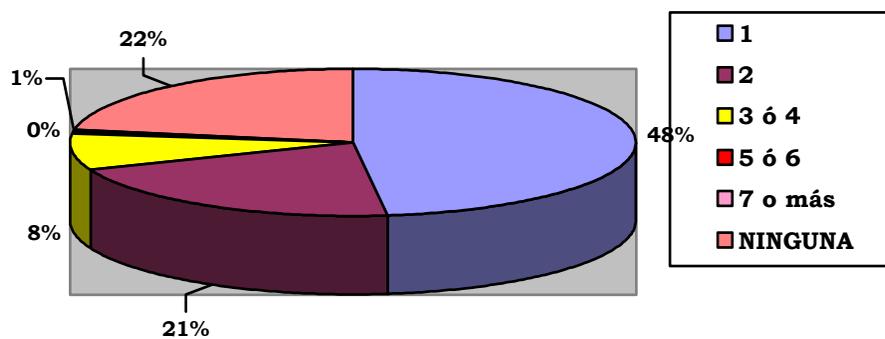


TABLA N° 12: Categoría Agenda Temática (Comunas de la Provincia de Osorno)

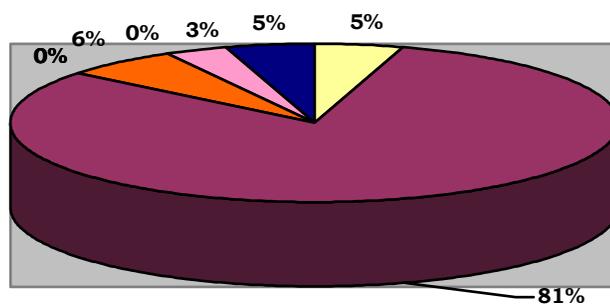
TEMÁTICA	TOTAL	%
Policial	3	4.76
Comunidad	51	80.95
Universidad	0	0
Política	0	0
Economía	0	0
Deportes	4	6.34
Cs., Salud y Tecnología	0	0
Religión	2	3.17
Cultura	3	4.76
TOTAL	63	100

La tabla muestra la cantidad de crónicas de las comunas restantes de la provincia de Osorno (no se considera la comuna de Osorno) que El Diario Austral presentó en la muestra, con 63 crónicas.

De las 63 crónicas que este medio le dedica a las comunas de la provincia de Osorno, la temática Comunidad presenta 51 crónicas (80.95%). Bastante más atrás se ubica la temática Deportes, con un total de 4 crónicas (6.42%).

Las temáticas que no fueron consideradas son Universidad, Política, Economía y Ciencias, Salud y Tecnología.

Gráfico Categoría Agenda Temática El Diario Austral de Osorno (Comunas de la Provincia de Osorno)



■ POLICIAL	■ COMUNIDAD	■ UNIVERSIDAD
■ POLÍTICA	■ ECONOMÍA	■ DEPORTES
■ Cs, Ss. Y Tecnol	■ RELIGIÓN	■ CULTURA

TABLA N° 13: Categoría Tipo de Fuentes (Comunas de la Provincia de Osorno)

TIPO DE FUENTES	DE	TOTAL	%
Propias		23	27.71
Institucionales		53	63.85
Espontáneas		2	2.4
Confidenciales		3	3.61
Anónimas		2	2.4
TOTAL		83	100

En cuanto a la cobertura de la información comunal, es notorio el uso de la fuente institucional, ya que el 63.85% de las fuentes consultadas son de este tipo.

El otro tipo de fuentes consultada es la de tipo Propia, es decir, la observación directa del periodista y los comunicados de prensa, que presenta un 27.71%.

El resto de los tipos de fuentes representan un porcentaje insignificante respecto a las anteriores.

Gráfico Categoría Tipo de Fuente El Diario Austral de Osorno (Comunas Provincia de Osorno)

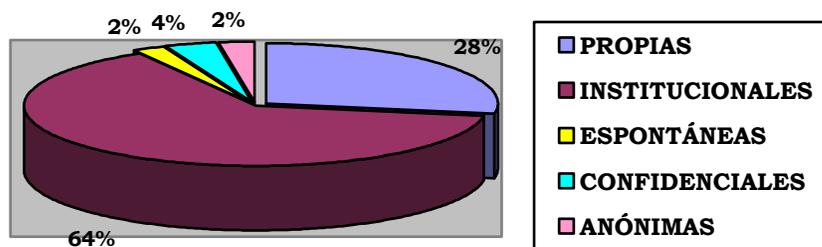


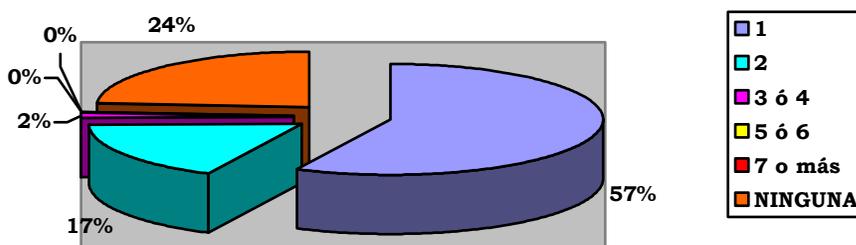
TABLA N° 14: Categoría Número de Fuentes (Comunas Provincia Osorno)

NÚMERO DE FUENTES	TOTAL	%
1	36	57.14
2	11	17.46
3-4	1	1.58
5-6	0	0
7 ó más	0	0
Ninguna	15	23.8
TOTAL	63	100

En la tabla se observa que la opción Una fuente es la que más se registró durante el periodo de muestra, con un 57.14%. Le siguen las crónicas con Ninguna fuente (23.8%) y Dos fuentes (17.46%).

Las opciones 5 ó 6 y 7 o más no presentan referencia alguna.

Gráfico Categoría Número de Fuentes El Diario Austral de Osorno (Comunas de la Provincia de Osorno)



**TABLA N° 15: Categoría Espacio Asignado (Centímetro Columna)
Comuna Osorno**

AGENDA TEMÁTICA	Cm/Col.	%
Policial	10366.62	20.54
Comunidad	17999.98	35.66
Universidad	1356.43	2.68
Política	2373.38	4.7
Economía	1702.7	3.37
Deportes	8024.09	15.09
Cs., Salud y Tecnología	2158.49	4.27
Religión	2438.26	4.83
Cultura	4042.08	8.01
TOTAL	50462.03	100

En este cuadro se observa que la temática Comunidad tiene mayor espacio asignado, con un 35.66%. Le siguen las temáticas Policial, con un 20.54%, y, Deportes con un 15.09%.

La situación de las temáticas Ciencia, Salud y Tecnología (4.27%), Política (4.7%) y Religión (4.83%) es semejante.

Las temáticas con menor espacio asignado son Universidad (2.68%) y Economía (3.37%).

**Gráfico Categoría Espacio Asignado El Diario Austral de Osorno
(Comuna Osorno)**

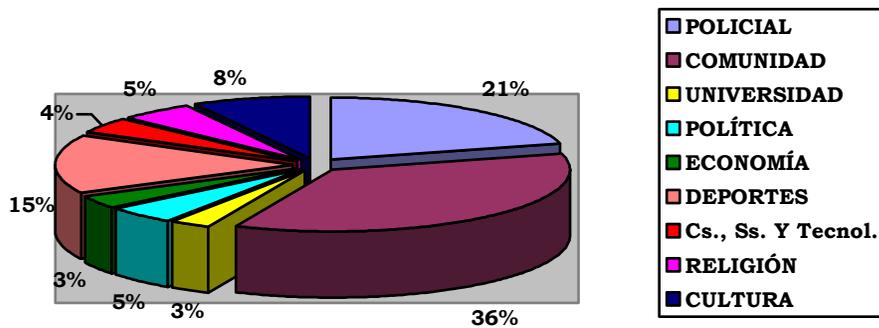


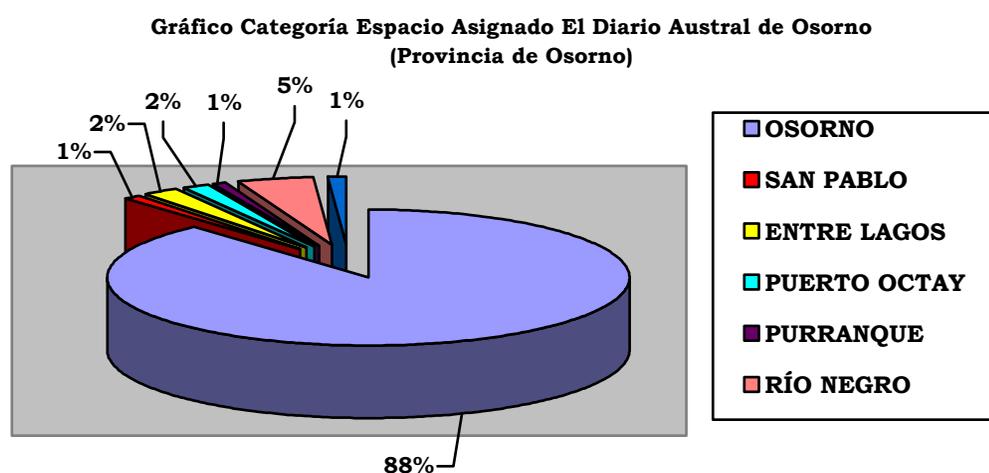
TABLA N° 16: Categoría Espacio Asignado Provincia de Osorno

COMUNA	Cm/Col.	%
Osorno	50462.03	88.2
San Pablo	653.81	1.14
Entre Lagos	1312.05	2.29
Puerto Octay	913.68	1.59
Purranque	495	0.86
Río Negro	2758.85	4.82
San Juan de la Costa	617.01	1.07
TOTAL	57212.43	100

El Diario Austral de Osorno asigna un importante porcentaje (88.2%) de su espacio a las noticias que provienen de la comuna de Osorno. Le siguen las comunas de Río Negro, con 4.82%, y Entre Lagos (centro turístico de la provincia), con 2.29%.

Homogénea es la situación de las ciudades de San Juan de la Costa, San Pablo y Puerto Octay, con 1.07%, 1.14% y 1.59%, respectivamente.

La comuna a la que menos espacio se le otorgó fue Purranque, con sólo 0.86%.



6.7 Presentación de Resultados del Análisis de Contenido “El Llanquihue”

TABLA N° 17: Categoría Agenda Temática (Comuna Puerto Montt)

TEMÁTICA	TOTAL	%
Policial	61	15.48
Comunidad	147	37.3
Universidad	7	1.77
Política	40	10.15
Economía	33	8.37
Deportes	70	17.76
Cs., Salud y Tecnología	10	2.53
Religión	7	1.77
Cultura	19	4.82
TOTAL	394	100

De la tabla se desprende que durante el período muestral, el diario “El Llanquihue”, la temática Comunidad es la que ha tenido mayor cobertura con 147 crónicas (37.3%). Seguida por la temática Deportes, con 70 crónicas (17.76%) y Policial, con un total de 61 crónicas (15.48%)

Las temáticas con menor cobertura por parte de este medio escrito, son Cultura con sólo 19 crónicas (4.82%), seguidas por Ciencia, Salud y Tecnología con 10 crónicas (2.53%) y, en último lugar, Religión y Universidad, con 7 crónicas (1.77%).

Lo anteriormente expuesto se aclara en el gráfico:

Gráfico Categoría Agenda Temática El Llanquihue (Comuna Puerto Montt)

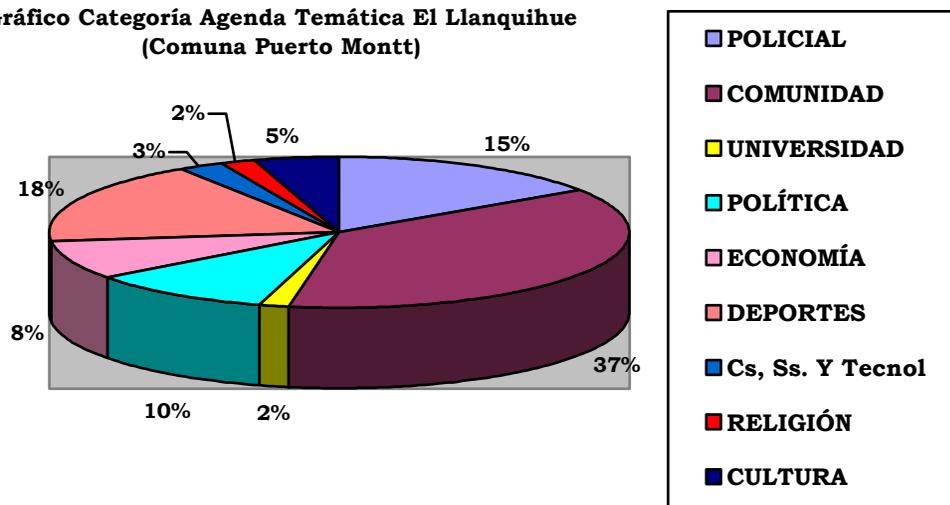


TABLA N° 18: Categoría Tipo de Fuentes (Comuna Puerto Montt)

TIPO DE FUENTES	TOTAL	%
Propias	150	32.67
Institucionales	240	52.28
Espontáneas	37	8.06
Confidenciales	28	6.1
Anónimas	4	0.87
TOTAL	459	100

De acuerdo a la tabla, El Llanquihue, durante el periodo de muestra, obtuvo la información para crónicas, en su mayoría de las fuentes de tipo Institucional, con un total de 240 consultas (52.28%). También destaca como fuente importante de información la fuente de tipo Propia, con 150 referencias (32.67%).

Las fuentes menos consultadas son las de tipo Anónimas, con 4 referencias (0.87%), y Confidenciales, con 28 consultas (6.1%).

Gráfico Categoría Tipo Fuente de El Llanquihue (Comuna Puerto Montt)

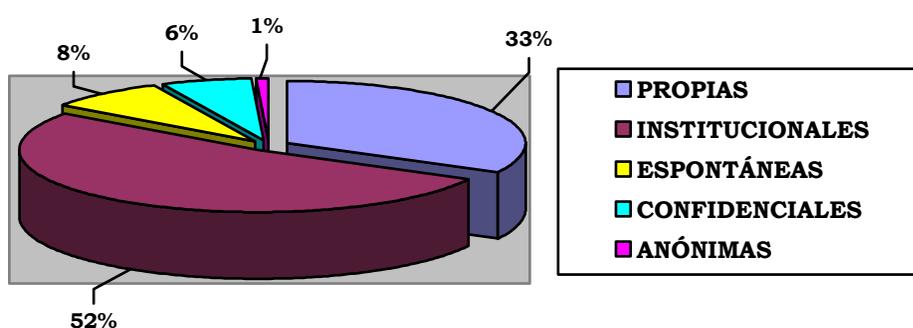


TABLA N° 19: Categoría Número de Fuentes (Comuna Puerto Montt)

NÚMERO DE FUENTES	TOTAL	%
1	159	40.35
2	77	19.54
3-4	40	10.15
5-6	5	1.26
7 ó más	0	0
Ninguna	113	28.68
TOTAL	394	100

En el cuadro se puede ver que en El Llanquihue de Puerto Montt, en general sus crónicas constan de una sola fuente de información, ya que el estudio arrojó que de un total de 394 crónicas examinadas, 159 presentan una sola fuente (40.35%). En segundo orden se ubicaron 113 crónicas (28.68%) que no registraron ningún tipo de citas.

En un 19.54% se encontraron crónicas con más de dos fuentes, de lo que se deduce que existe un menor grado de investigación periodística.

Durante el periodo muestral no se encontraron crónicas con siete o más fuentes.

Gráfico Categoría Número de Fuentes de El Llanquihue de Puerto Montt (Comuna Puerto Montt)

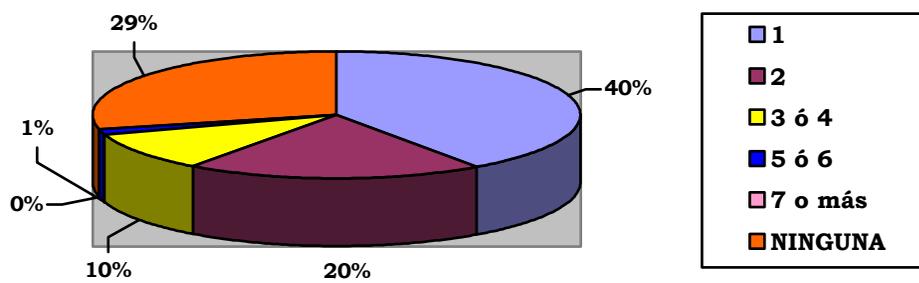


TABLA N° 20: Categoría Agenda Temática (Comunas de las Provincias de Llanquihue, Chiloé y Palena)

TEMÁTICA	TOTAL	%
Policial	10	12.98
Comunidad	36	46.75
Universidad	0	0
Política	0	0
Economía	5	6.49
Deportes	18	23.37
Cs., Ss. y Tecnol.	1	1.29
Religión	0	0
Cultura	7	9.09
TOTAL	77	100

El cuadro anterior muestra la cantidad de crónicas de las comunas que integran las provincias de Llanquihue, Chiloé y Palena, sin incluir a Puerto Montt, la capital regional y el lugar donde se publica este medio. Con un total de 77 crónicas de las comunas, la mayoría eran de la temática Comunidad, con 36 crónicas (46,75%). A continuación se ubica la temática Deportes, con un total de 18 crónicas (23,37%).

Las temáticas que no fueron abordadas son Política, Universidad y Religión.

Gráfico Categoría Agenda Temática El Llanquihue (Comunas de las Provincias de Llanquihue; Chiloé y Palena)

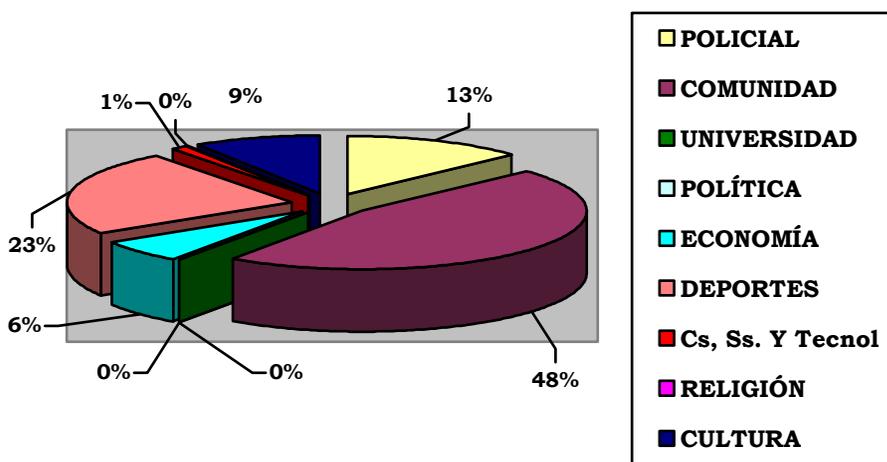


TABLA N° 21: Categoría Tipo de Fuentes (Comunas de las Provincias de Llanquihue, Chiloé y Palena)

TIPO DE FUENTES	TOTAL	%
Propias	20	24.69
Institucionales	51	62.96
Espontáneas	7	8.64
Confidenciales	2	2.46
Anónimas	1	1.23
TOTAL	81	100

En el caso de las crónicas referentes a las comunas de las provincias de Llanquihue, Chiloé y Palena, se revela un acentuado uso de la fuente institucional, ya que el 62.96% de las fuentes consultadas son de este tipo.

El otro tipo de fuentes consultada es la de tipo Propia, con un 24.69%.

La situación con las fuentes confidenciales y anónimas es semejante, con dos (2.46%) y una (1.23%) consultas, respectivamente.

Gráfico Categoría Tipo de Fuente El Llanquihue (Comunas Provincias de Llanquihue, Chiloé y Palena)

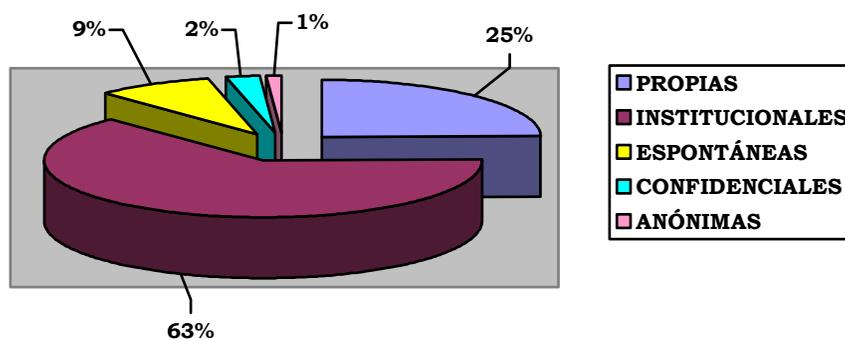


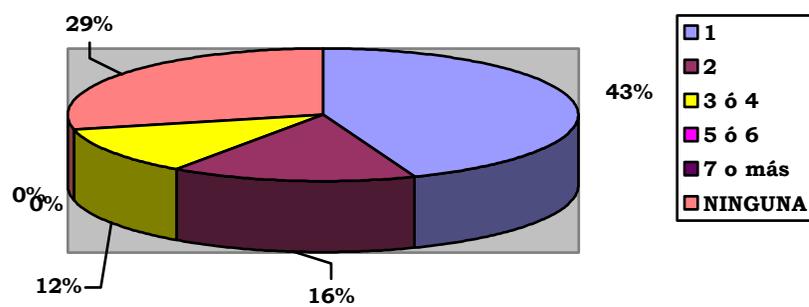
TABLA N° 22: Categoría Número de Fuentes (Comunas de las Provincias de Llanquihue, Chiloé y Palena)

NÚMERO DE FUENTES	TOTAL	%
1	34	44.15
2	12	15.58
3-4	9	11.68
5-6	0	0
7 o más	0	0
Ninguna	22	28.57
TOTAL	77	100

En este cuadro, se observa que la alternativa Una fuente es registrada en 34 crónicas (44.15%). En segundo lugar se ubican las 22 crónicas que no presentan cita alguna (28.57%).

Las opciones 5 ó 6 y 7 o más no se encontraron en las crónicas analizadas.

Gráfico Categoría Número de Fuentes El Llanquihue (Comunas de las Provincias de Llanquihue, Chiloé y Palena)



**TABLA N° 23: Categoría Espacio Asignado (Centímetro/Columna)
Comuna Puerto Montt**

AGENDA TEMÁTICA	Cm/Col.	%
Policial	8621.78	14.38
Comunidad	22951.02	38.28
Universidad	1300.8	2.17
Política	5505.05	9.18
Economía	6842.35	11.41
Deportes	8721.57	14.54
Cs., Salud y Tecnología	1677.82	2.79
Religión	1011.6	1.68
Cultura	3311.1	5.52
TOTAL	59943.09	100

En la tabla se observa que la temática Comunidad tiene mayor espacio asignado, con un 38.28%. Luego se ubican las temáticas Deportes, con 14.54%, Policial, con 14.38% y Economía, con 11.41%. Son bastante homogéneas las cifras de estas tres últimas temáticas.

Las temáticas con menor espacio asignado son Religión, con 1.68%, Universidad, con 2.17% y Ciencia, Salud y Tecnología, con 2.79%.

Gráfico Categoría Espacio Asignado El Llanquihue (Comuna Puerto Montt)

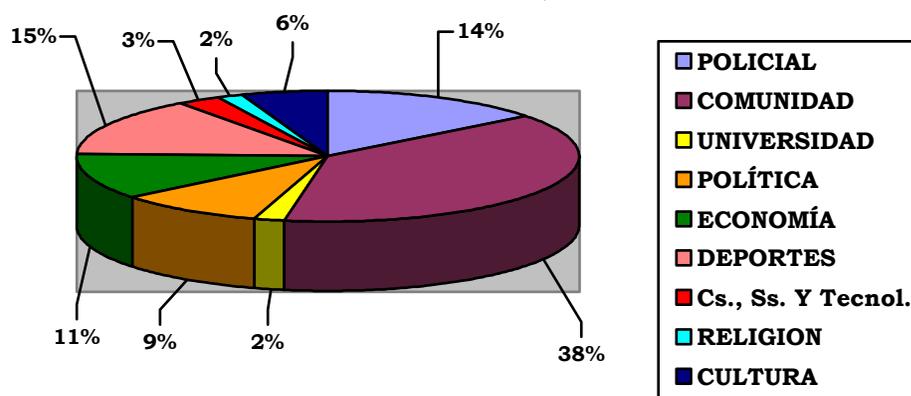


Tabla N° 24: Categoría Espacio Asignado Provincias de Llanquihue, Chiloé y Palena

COMUNA	Cm/Col.	%
Puerto Montt	59943.09	84.83
Puerto Varas	2365.72	3.34
Cochamó	0	0
Calbuco	808.65	1.14
Mauñín	939.75	1.33
Los Muermos	0	0
Fresia	394.4	0.55
Llanquihue	775.6	1.09
Frutillar	974.7	1.37
Castro	2259.35	3.19
Ancud	738.4	1.04
Quemchi	0	0
Dalcahue	0	0
Curaco de Vélez	0	0
Quinchao	0	0
Puqueldón	70.92	0.1
Chonchi	443.2	0.62
Queilén	546.9	0.77
Quellón	286.8	0.40
Chaitén	0	0
Huailahué	0	0
Futaleufú	108.4	0.15
Alto Palena	0	0
TOTAL	70655.88	100

El Llanquihue asigna un importante porcentaje (84.83%) de su espacio a la información que proviene de la comuna de Puerto Montt, capital provincial y regional.

Bastante más abajo se encuentran las comunas de Puerto Varas, con 3.34%, y Castro (capital de la provincia de Chiloé), con 3.19%.

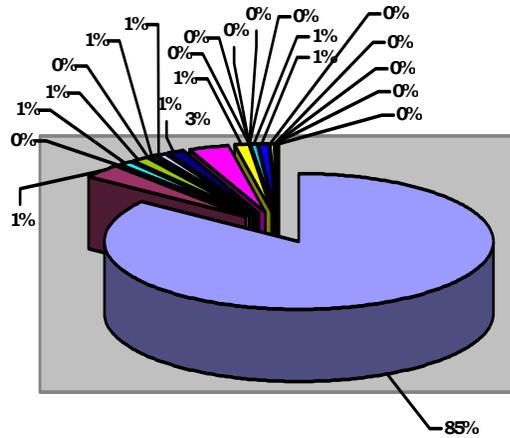
Las otras comunas que aparecieron con porcentajes muy bajos, entre 0.1% y 1.39, son: Puqueldón, Futaleufú, Quellón, Chonchi, Queilén, Fresia, Ancud, Llanquihue, Calbuco, Mauñín y Frutillar.

Las comunas que no aparecieron durante el periodo de muestra son: Cochamó, Los Muermos (Provincia de Llanquihue), Quemchi, Dalcahue, Curaco de Vélez, Quinchao (Provincia de Chiloé), Chaitén (capital de la Provincia de Palena), Huailahué y Alto Palena (provincia de Palena).

Llama la atención que la mayor cantidad de información que se presentó durante el periodo muestral corresponde a la capital de la región, Puerto Montt, y a la ciudad más próxima, Puerto Varas. Existe

cierta tendencia centralista, ya que no se considera de igual manera a las otras capitales provinciales que abarca este diario.

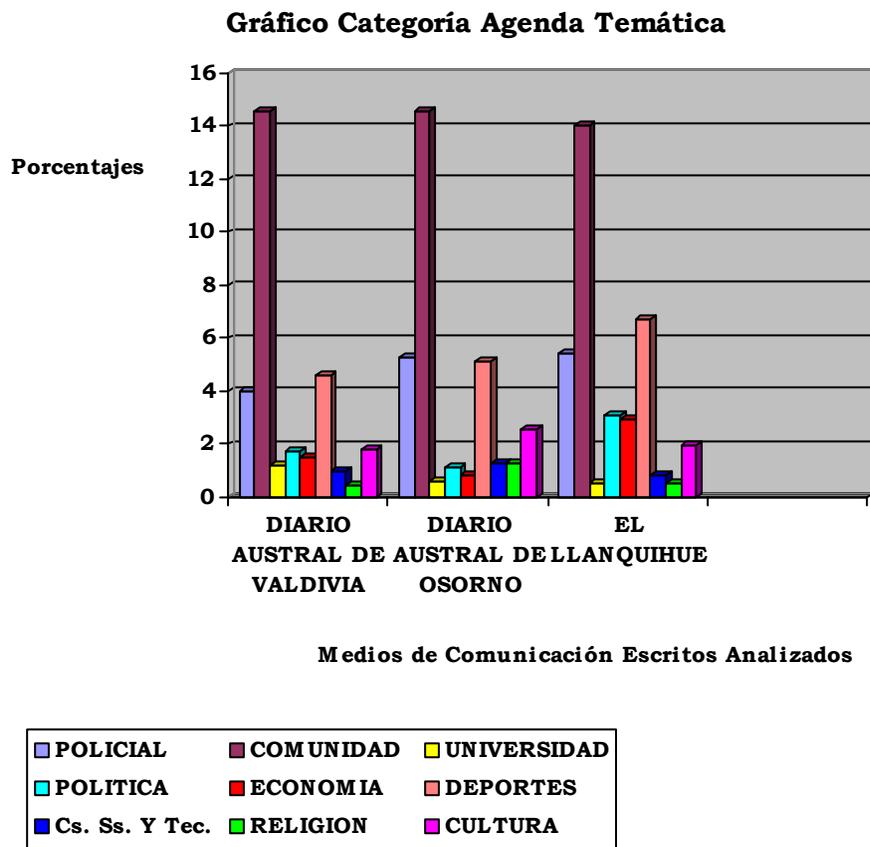
Gráfico Categoría Espacio Asignado El Llanquihue (Provincias de Llanquihue, Chiloé y Palena)



■ PUERTO MONTT	■ PUERTO VARAS	■ COCHAMÓ
■ CALBUCO	■ MAULLÍN	■ LOS MUERMOS
■ FRESIA	■ LLANQUIHUE	■ FRUTILLAR
■ CASTRO	■ ANCUD	■ QUEMCHI
■ DALCAHUE	■ CURACO DE VELEZ	■ QUINCHAO
■ PUQUELDÓN	■ CHONCHI	■ QUEILÉN
■ QUELLÓN	■ CHAITÉN	■ HUAILAHUÉ
■ FUTALEUFÚ	■ ALTO PALENA	

6.8 Presentación Resultados Comparativos del Análisis de Contenido de “El Diario Austral de Valdivia”, “El Diario Austral de Osorno” de “El Llanquihue”

A. Categoría Agenda Temática



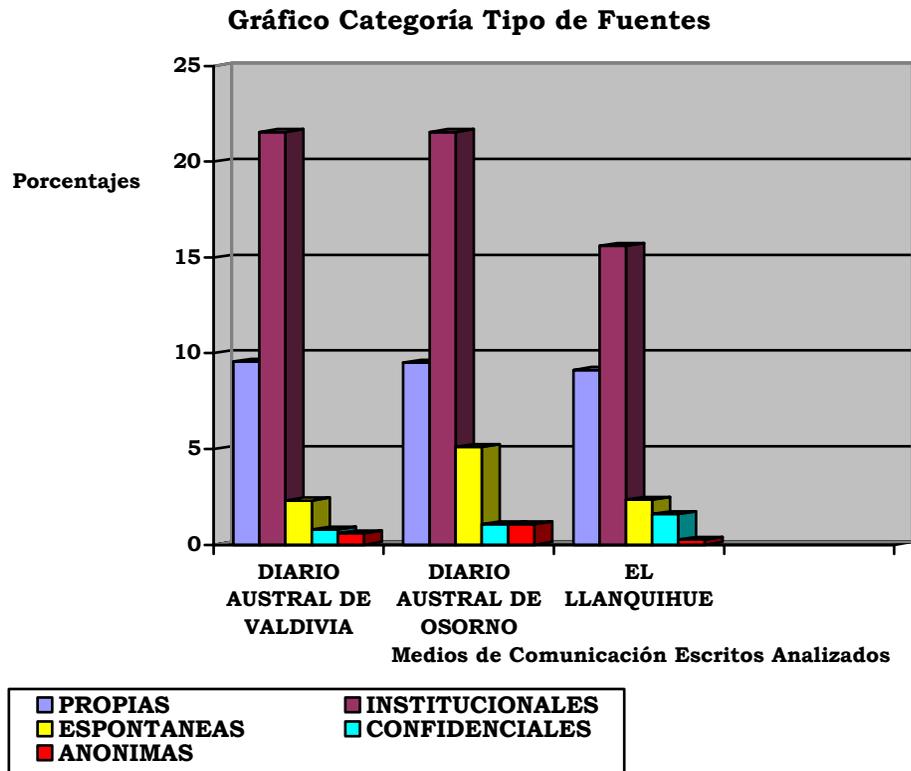
En los tres medios escritos analizados, la mayor cobertura correspondió a la temática Comunidad. En cada caso, el porcentaje superó el 14%. Le sigue la temática Deportes, con 16.5%. Sin embargo, El Diario Austral de Osorno registró en un segundo lugar a la temática Policial, cuando los otros dos medios le otorgaron un tercer lugar en cobertura.

En una posición intermedia se ubicaron las temáticas Cultura (6.44%), Política (5.98%) y Economía (5.29%). La cobertura que estos medios, en particular, les otorgó a estos frentes no fue similar. Por ejemplo, en el caso de Política, la cobertura que realizó El Llanquihue (3.06%) fue bastante más amplia que la realizada por los otros medios (El Diario Austral de Valdivia, con 1.76%, y El Diario Austral de Osorno, con 1.15%).

Las tres temáticas menos abordadas son: Ciencia, Salud y Tecnología (3.14%), Universidad (2.37%), y Religión (2.3%). En el caso de Universidad, El Diario Austral de Valdivia presentó más cobertura de esta temática, con 1.22%. En cambio, los otros dos diarios no superaron el 1%.

El Llanquihue, en la muestra, presentó una mayor cantidad de crónicas (471), con 36.09%. A continuación se ubica El Diario Austral de Osorno (428 crónicas) con 32.81%. 404 crónicas fueron las que registró El Diario Austral de Valdivia, con 31%.

B. Categoría Tipo de Fuentes



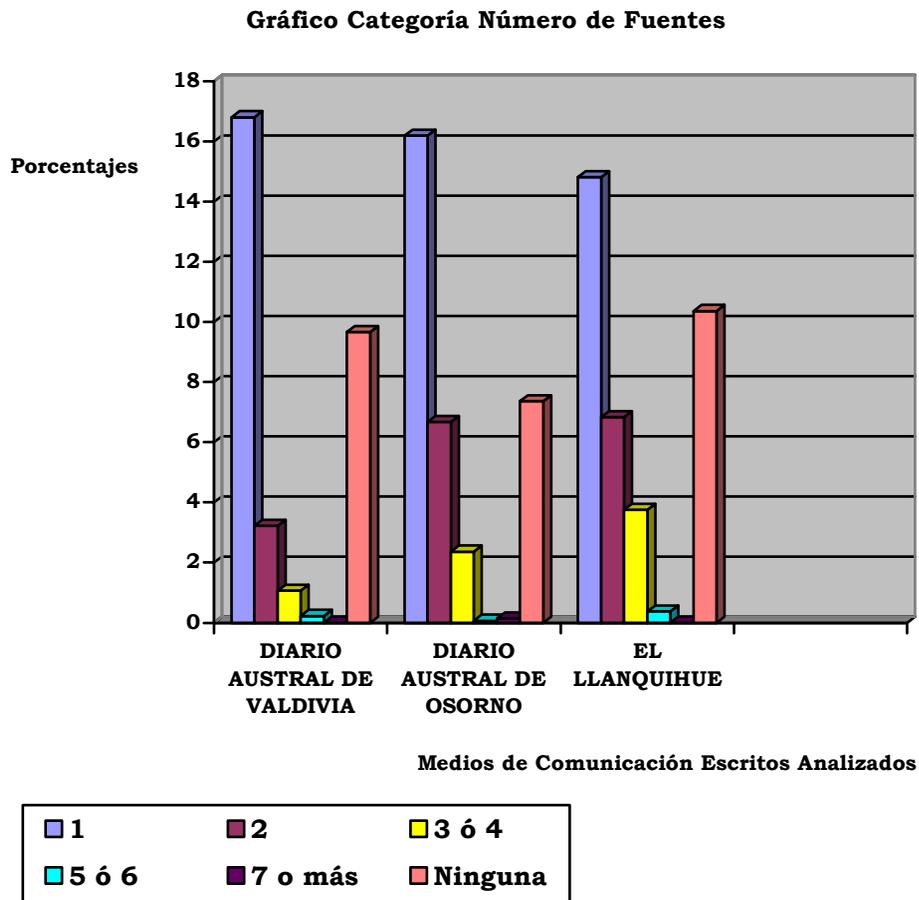
El análisis arrojó que la tendencia oficial del uso de sus fuentes por parte de los tres medios, al presentar en la sub-categoría fuente Institucional un porcentaje de 56.55%.

El otro tipo de fuentes más recurrida es la propia, con un 28.22%, siendo constante para los tres diarios.

En tercer lugar se ubica la alternativa denominada fuente espontánea con un 9.78%. Cabe destacar que de los tres medios escritos, El Diario Austral de Osorno es el que más veces presentó esta opción, con 5.1%.

El Diario Austral de Osorno presentó mayor de fuentes consultadas (36.1%), seguido por El Diario Austral de Valdivia, con 34.81%, y finalmente El Llanquihue, con un 28.96%.

C. Categoría Número de Fuentes



En el gráfico se aprecia cómo los tres medios, en la mayoría de sus crónicas, presentan sólo una fuente (47.81%). En el caso de los diarios El Austral de Valdivia y de Osorno registran cifras semejantes (16.8% y 16.19%, respectivamente).

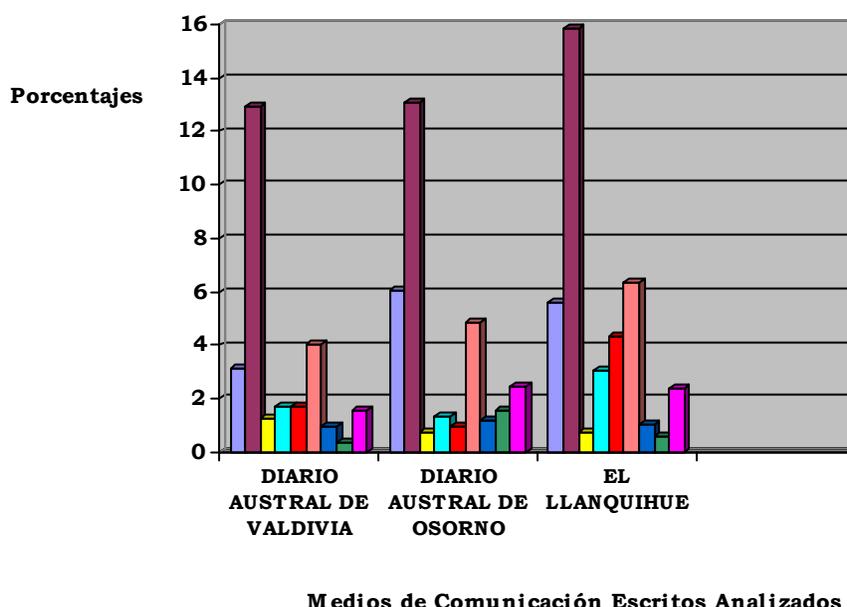
En el caso de la sub-categoría Ninguna, los tres diarios presentaron un porcentaje de 27.39%. El Diario Austral de Valdivia y El Llanquihue, al aplicarse el análisis de contenido, registraron cifras superiores a 120 consultas, a diferencia de El Diario Austral de Osorno, cuyo resultado fue de 96 referencias.

Cabe destacar que en la opción Dos fuentes, el resultado obtenido en El Diario Austral de Valdivia (42 consultas) fue bastante menor que los otros dos medios analizados (87 y 89 referencias, respectivamente). De esto se desprende que el medio escrito de Valdivia realizaría una menor búsqueda de información para el tratamiento de sus crónicas, presentado sólo un aspecto del hecho noticioso.

En la alternativa 7 o más fuentes, el único medio que mostró resultados fue El Diario Austral de Osorno, con sólo dos consultas, lo que representa 0.15%.

D. Categoría Espacio Asignado (Centímetro/Columna)

Gráfico Categoría Espacio Asignado



El presente gráfico muestra que El Diario Austral de Valdivia, El Diario Austral de Osorno y El Llanquihue destinan mayor espacio en sus páginas a la temática Comunidad con un 41.81%. A continuación se ubican las temáticas Deportes (15.2%) y Policial (14.79%).

Sin embargo, se destaca que El Diario Austral de Osorno dedica más espacio a la temática Policial, en relación a los otros dos medios que en segundo lugar ubicaron a Deportes.

Los frentes que presentaron menor cobertura durante el periodo muestral fueron Religión (2.54%), Universidad (2.8%) y Ciencia, Salud y Tecnología (3.27%).

La cobertura que se le otorgó a la temática Religión por parte de El Diario Austral de Osorno también fue mayor que los otros dos medios escrito analizados, llegando a ser el doble de espacio concedido.

Por su parte, El Llanquihue registró una notoria diferencia con los otros medios respecto al espacio asignado a las temáticas Política, con 3.1%, y Economía, con 4.31%. Mientras que los diarios de Valdivia y Osorno no superaron el 2% de cobertura.

CONCLUSIONES

Los medios de comunicación de masas son un agente fundamental para establecer relaciones entre las personas. Estos medios refuerzan la identidad local y la participación comunitaria, y fomentan el desarrollo regional. Deben ir más allá de dar a conocer lo que está sucediendo, mostrando, al menos, los aspectos más importantes de los hechos noticiosos y generando espacios de discusión.

La importancia de que los medios regionales presenten las condiciones antes mencionadas, está relacionada con la idea básica de la teoría *Agenda Setting*, la cual explica que el principal efecto de la comunicación masiva es su capacidad para ordenar mentalmente y organizar nuestro mundo. Es decir, estos medios pueden no ser exitosos en indicarnos qué pensar, pero si lo son en decirnos en qué pensar.

La Décima Región se caracteriza por tener cinco provincias bastante heterogéneas en cuanto a factores demográficos, económicos, sociales y culturales.

De los tres medios escritos analizados, El Diario Austral de Valdivia cubre la provincia homónima, al igual que El Diario Austral de Osorno, con su respectiva provincia. En cambio, El Llanquihue cubre las tres provincias restantes, es decir, Llanquihue, Chiloé y Palena. Sin embargo, los tres diarios mantienen una línea editorial similar, ya que dependen de la Sociedad Periodística Araucanía.

Como producto del análisis de contenido, se determinó que los tres medios escritos cubrieron más las ciudades donde se encuentran las redacciones de cada diario: Valdivia, Osorno y Puerto Montt. La primera ciudad, que cuenta con 112.712 habitantes, tuvo una cobertura de 90.66%; Osorno, que tiene 114.239 habitantes, 88.2% y Puerto Montt, con 110.139 personas, su cobertura fue de 84.83%.

Estos índices demuestran que las capitales de las provincias se ven favorecidas por los diarios en relación al espacio que éstos le asignan. Esta situación refuerza la idea de centralismo dentro de la región y una falta de preocupación hacia el resto de las comunas de cada provincia.

En cuanto a la cobertura por agenda temática, los frentes con más cantidad de crónicas fueron Comunidad (43.2%), Deportes (16.5%)

y Policial (14.73%). Esta condición se presentó en los tres diarios y puede explicarse por la selección del material informativo, llevada a cabo por los *gatekeepers* (editores o directores de los medios), quienes trabajan de acuerdo a la línea editorial del medio, a criterios de noticiabilidad y al hecho que se tratan de temáticas que pueden llamar más la atención de los lectores.

Las temáticas menos tratadas fueron Religión (2.3%) y Universidad (2.37%). Cabe señalar que las tres ciudades donde se redactan los diarios poseen casas de estudios superiores, que son importantes fuentes generadoras de información. En el caso de Religión, la ciudad de Puerto Montt es sede de una arquidiócesis, desde donde también se pueden originar informaciones que le interesen a un amplio grupo de personas.

En el contexto de los efectos cognitivos de la teoría *Agenda Setting*, la ausencia de este tipo de temas significaría que no son importantes para el público consumidor de estos medios. Estas temáticas, de acuerdo a la construcción de la realidad social, no son vitales para la cotidianidad de las personas.

Relativo al tratamiento periodístico, y específicamente al tipo de fuentes, las mayores referencias fueron a las de tipo Institucional (56.55%) y Propia (28.22%). Estas cifras muestran que los periodistas consultan las voces oficiales, privilegiando la información de orden estatal, y la observación directa del mismo reportero y los comunicados de prensa (encargos). Por lo tanto, estos diarios presentan a sus lectores una realidad determinada por las instituciones. La clase de fuente menos consultada fue la Anónima (1.92%).

Una explicación a este resultado sería el afán de los periodistas por entregar información objetiva, acudiendo casi exclusivamente a fuentes de tipo Institucional y de tipo Propia. Esta situación reafirmaría la condición centralista de los diferentes actores sociales de la región, similar al país.

Las crónicas analizadas que registraron una sola fuente, correspondieron a un 47.81%. Le siguió la opción Ninguna fuente, con 27.39%. Esta situación refleja que existe un menor nivel de investigación periodística en los tres medios. Como señala la teoría *Agenda Setting*, la selección de las fuentes y el número de ellas restringe el contenido de las crónicas y, por ende, lo que el lector va a recibir y a asimilar como su realidad.

En esta categoría, las opciones menos consideradas fueron las de 5 ó 6 fuentes (0.69%) y 7 o más (0.15%). Aunque no es común encontrar crónicas con tantas fuentes consultadas, en el período de análisis sí se registraron con estas características, a pesar de que es una condición más notoria en reportajes.

Por lo tanto, estos medios al presentar a sus lectores mayor información comunal, desde un punto de vista único e institucional, determinan los temas sobre los cuales comentar y sus características.

Referente al espacio asignado por comuna, en el caso de El Diario Austral de Valdivia, las localidades con mayor cobertura fueron Valdivia (90.66%) y Panguipulli (2.42%). Las comunas de Máfil, Río Bueno y Lago Ranco no fueron consideradas durante el periodo muestral.

En cuanto a El Diario Austral de Osorno, las comunas con mayor espacio asignado fueron Osorno (88.2%) y Río Negro (4.82%). Las localidades con menor cobertura fueron Purránque (0.86%) y San Juan de la Costa (1.07%)

En El Llanquihue, las comunas más abarcadas fueron Puerto Montt (84.83%), Puerto Varas (3.34%) y Castro (3.19%). Las comunas que no fueron consideradas son Cochamó, Los Muermos, Quemchi, Dalcahue, Curaco de Vélez, Quinchao, Chaitén, Huailahué y Alto Palena.

Esta situación aclara más aún la conclusión de que estos medios entregan más información de las ciudades cabezas de cada provincia. La ausencia de crónicas que se originan en ciertas comunas de la Décima Región se debe a la falta de corresponsales que estén dedicados exclusivamente al reporte, o que bien, son comunas pequeñas y lejanas a las ciudades que tienen los centros de redacción.

La mayor cobertura de algunas comunas, en los tres medios, dependen de factores como la cercanía y la importancia económica en la región.

La presencia / ausencia de determinadas comunas marcaría, de acuerdo a lo planteado en la *Agenda Setting*, en los lectores el grado de relevancia que tienen dentro de la provincia o región.

Los resultados del análisis al ser relacionados con la teoría de *Agenda Setting* -que postula un efecto acumulativo y, por lo tanto, no inmediato- reiteran que las noticias con mayor cobertura son las que provocan el intercambio de informaciones y de opiniones, proceso que determina la construcción de la realidad social. Las noticias, dentro de

este proceso, se convierten en instrumentos que facilitan y limitan la compleja realidad social, transformándola en una realidad manejable.

El papel de los medios de comunicación es fundamental en el orden social, debido al poder que ejercen en el fortalecimiento de la identidad local, la participación en la comunidad y el impulso al desarrollo regional.

En los casos en que ciertas comunas no fueron cubiertas por los tres medios analizados, la posibilidad de que los habitantes de estas localidades se sientan representados por el medio que informa sobre su provincia, es mínima.

Finalmente, se desprende que la elaboración de la agenda temática o pauta es irregular para los tres medios, ya que existen categorías que sobrepasan el promedio, y otras que simplemente no se registran.

Es conveniente destacar que esta investigación sólo comprobó la características de la Agenda Temática y el Tratamiento Periodístico de los medios respecto a las informaciones que ellos publicaron en el año 2000 y no pretende profundizar en la influencia que ejercieron estos textos informativos en sus lectores.

Dejamos abierta la posibilidad a otros estudiantes de investigar los efectos en el público destinatario.

BIBLIOGRAFIA

- Alvez Catalán, Hernán (Editor):
Desarrollo Regional: una Tarea para los Medios de Comunicación y los Periodistas. Concepción, 1987.
- Beneyto, Juan:
El Color del Cristal.
Mecanismos de Manipulación de la Realidad. Madrid, Editorial Pirámide S. A., 1982.
- Berger, Peter y Luckmann Thomas:
La Construcción Social de la Realidad. Buenos Aires, Amorrortu Editores, 1968.
- Bulnes, Luz; Errázuriz, Maximiano; et al:
La Regionalización. Editorial Jurídica de Chile. Santiago Editorial Andrés Bello, 1988.
- Comisión Nacional de Reforma Administrativa:
La Regionalización en Marcha: Cinco Años de un Proceso Integral. Santiago, Presidencia de la República de Chile, 1979.

- Constitución Política de la República de Chile: Editorial Jurídica de Chile. Santiago, 1994.
- Dader, José Luis: El Periodista en el Espacio Público. Barcelona Editorial Bosch, 1992.
- Delgado, Lilian y Gatica, Marta: Análisis de Agenda Setting en Dos Telediarios Chilenos y su Vinculación con la Construcción Social de la Realidad. Tesis para Optar al Título de Periodista. Valdivia, Universidad Austral de Chile. 1995.
- Errázuriz, Ana María; González, José Ignacio; et al.: Manual de Geografía de Chile. Santiago, Editorial Andrés Bello, 1992.
- Fortoul, Freddy: Estado y Descentralización: Antecedentes de la Experiencia Chilena 1973 - 1990. Valdivia, Universidad Austral de Chile, 1990.

- Graber, Doris (Compiladora): El Poder de los Medios en la Política. Buenos Aires, Grupo Editor Latinoamericano, 1986.
- Guajardo, Juan Pablo; et al: Identidad Regional en los Servicios Informativos de Rancagua. Tesis para Optar al Título de Periodista. Santiago, Universidad Nacional Andrés Bello, 1998.
- Hernández Emparanza, Domingo: Estatuto Jurídico de la Regionalización. Santiago Ediciones Jurídicas de América, 1977.
- Kientz, Albert: Para Analizar los Mass Media: El Análisis de Contenido. Valencia, Fernando Torres, 1976.

- Lapostol, Claudio, von Baer, Heinrich: Desarrollo Regional: Tarea Nacional. Ediciones Universidad de La Frontera. Temuco, 1988.
- Leñero, Vicente y Marín, Carlos: Manual de Periodismo. México D. F., Editorial Grijalbo, 1986.
- López Manuel: Cómo se Fabrican las Noticias. Fuentes, selección y planificación. Barcelona, Ediciones Paidós, 1995.
- Ministerio de Planificación y Cooperación La Acción Regional del Gobierno. Balance de la Gestión 90/91. Santiago, Chile. MIDEPLAN, 1992
- Ministerio Secretaría General de Gobierno: Seminario Medios Regionales de Comunicación. Santiago, Departamento de Difusión de la Secretaría de Comunicación y Cultura, 1995.

- Microsoft Corporation: Enciclopedia
Microsoft
Encarta. Versión
Española, Madrid,
2000.
- Moragas de Spà, Miquel (Editor): Sociología de la
Comunicación.
Barcelona,
Gustavo Gili S. A.,
1982.
- McQuail, Denis y Windahl, Svan: Modelos para el
Estudio de la
Comunicación
Colectiva.
Pamplona,
Ediciones
Universidad de
Navarra S. A.,
1997.
- Nafzinger, Ralph y White, David: Introducción a la
Investigación de la
Comunicación
Colectiva. Quito,
CIESPAL, 1972.
- Price, Vincent: Opinión Pública.
Barcelona
Editorial Paidós.,
1994.
- Quezada, Maribel: El Mensaje Medio
a Medio: Qué
Encierran los
Diarios, la Radio y
la Televisión.
Santiago,
Universitaria,
1992.

- Rivadeneira, Raúl: La Opinión Pública. Análisis, Estructura y Métodos para su Estudio. Editorial Trillas. México D.F., 1995.
- Saperas, Enric: Los Efectos Cognitivos de la Comunicación de Masas. Barcelona, Ariel S. A., 1987.
- Santis, Tania: Descentralización Informativa en Televisión: Análisis Crítico a Tres Informativos de Carácter Nacional". Tesis para Optar al Título de Periodista. Valdivia, Universidad Austral de Chile. 1995.
- Schramm, Wilbur: El Papel de la Información en el Desarrollo Nacional. Quito, Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina (CIESPAL), 1967.

Suárez, Helio:

Perspectiva
Histórica de la
Regionalización y
Sistemas de
Administración.
Santiago.
Universidad de
Chile, 1975.

Universidad Austral de Chile

Informe Final:
Estudio Perfil
Sociocultural de la
Región de Los
Lagos. Valdivia.
Instituto de
Ciencias Sociales,
Universidad
Austral de Chile,
1996.

Uranga Harboe, Victoria:

Entrevista a
Maxwell
McCombs: "Re -
Inventar la
Noticia". Santiago,
Diario El
Mercurio, Cuerpo
Artes y Letras. 7
de Marzo de 1999.

Vilches, Lorenzo:

Manipulación de
la Información
Televisiva.
Barcelona,
Ediciones Paidós,
1989.

Wolf, Mauro:

La Investigación
de la
Comunicación de
Masas. Críticas y
Perspectivas.
Barcelona, Paidós,
1987.

Wolf, Mauro:

Los Efectos
Sociales de los
Media. Barcelona,
Ediciones Paidós,
1994

Artículos Electrónicos

Chomsky, Noam. “De cómo la *Agenda-Setting* es utilizada por los Gobiernos junto con los *Mass-Media*”. www.monografias.com.

Leiva Muñoz, Paulina. Entrevista a Maxwell McCombs: “Hay que Reinventar el Concepto de Noticia”. Cuadernos de Información. Pontificia Universidad Católica de Chile (www.perpuc.cl).

Subsecretaría de Desarrollo Regional. “Bases para una Política de Descentralización”. (www.subdere.cl)

ANEXOS

ANEXO N° 1

DECRETO LEY N° 573

**ESTATUTO DE GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN INTERIORES DEL
ESTADO**

(Publicado en el Diario Oficial N° 28.900, de 12 de julio de 1974)

Núm. 573.- Santiago 8 de julio de 1974. Visto: Lo dispuesto en los Decretos Leyes N°s 1 y 128, de 1973, y 527 de 1974, y

Considerando:

1. Que el hecho de que el Estado de Chile sea unitario, constituido por una sola asociación política, no se contrapone con el que su Gobierno se ejerza sobre la base de una organización interna que obedezca a un criterio de descentralización y desconcentración;
2. Que este proceso de integración nacional debe lograrse a través de:
 - a) Un equilibrio entre el aprovechamiento de los recursos naturales, la distribución geográfica de la población y la seguridad nacional, de manera que se establezcan las bases para un desarrollo más racional de todas las regiones que integran el territorio nacional;
 - b) Una participación efectiva de la población en la definición de su propio destino, contribuyendo y comprometiéndose, además, con los objetivos superiores de su región y del país, y
 - c) Una igualdad de oportunidades para recibir los beneficios que reportará el proceso de desarrollo en que está la empeñada la Junta de Gobierno;
3. Que la necesidad de lograr más plenamente las metas del desarrollo económico y social requieren de una mejor utilización del territorio y de sus recursos.

La excesiva concentración económica en algunas ciudades del país, especialmente en Santiago, está alcanzando niveles de tal magnitud que obliga a distraer cuantiosos recursos en obras urbanas, que obviamente tendrían una rentabilidad social mayor si fuesen invertidos en actividades productivas que permitirían un crecimiento económico acelerado y regionalmente equilibrado;

4. Que es de toda convivencia establecer una nueva división político-administrativa del territorio nacional con el objeto de posibilitar la planificación del desarrollo, lo cual implica:
 - a) Una organización administrativa descentralizada, con adecuados niveles de decisión en función de unidades territoriales definidas con tal objeto;
 - b) Una jerarquización de las unidades territoriales;
 - c) Una dotación de autoridades y organismos en cada unidad territorial con igual nivel entre sí y con poderes de decisión equivalentes, de modo que sea posible su efectiva complementación, y
 - d) La integración de todos los sectores, mediante instituciones que aseguren su actuación en conjunto y no aisladamente;
5. Que es preciso reemplazar el actual Régimen de Administración Interior por un régimen que agregue el concepto de Administración, el de Planificación, y que ambos tengan como objetivo el desarrollo socio-económico del país;
6. Que el concepto de desarrollo debe ser incorporado al Régimen de Administración Interior, como una función preferente del Estado, e íntimamente ligado al orden y seguridad interior del país;
7. Que los anteriores fundamentos son coincidentes con las conclusiones de los estudios técnicos y también con el resultado de las consultas realizadas a diferentes sectores representativos de la comunidad nacional y regional, y

8. Que la trascendencia y complejidad de esta reforma hacen necesario que sea realizada en forma gradual, de modo tal que las estructuras existentes se adecuen en forma progresiva y sistemática.

La Junta de Gobierno ha acordado dictar el siguiente:

Decreto ley:

ESTATUTO DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN INTERIORES DEL ESTADO

Artículo 1º Para el Gobierno y la Administración Interiores del Estado, el territorio de la República se dividirá en regiones y las regiones en provincias. Para los efectos de la Administración Local, las provincias se dividirán en comunas.

Sin perjuicio de lo anterior, podrán establecerse Áreas Metropolitanas, de acuerdo a lo previsto en el artículo 21.

Artículo 2º La creación, modificación y supresión de las regiones, provincias y comunas serán materias de ley.

REGIONES

Artículo 3º La ley, al determinar las regiones, deberá propender a que cada una de ellas constituya una unidad territorial debidamente organizado que contemple todos los aspectos propios de una política de desarrollo económico, cultural, social y de seguridad nacional. Al efecto, deberá considerar:

- a) Un adecuado grado de descentralización o desconcentración que tienda a facilitar el progreso de la Región dentro del proceso de desarrollo nacional;
- b) Una efectiva coordinación de los diferentes organismos de los sectores públicos y privados;
- c) Una verdadera participación de las diversas formas de organización de la población dentro de una estructura económica-social que asegure las iniciativas creadoras de sus habitantes, y

- d) La fijación de límites territoriales comunes para el conjunto de los servicios públicos de la respectiva Región.

Artículo 4º El Gobierno y la Administración superiores de cada Región residen en un Intendente Regional, quien los ejercerá con arreglo a las leyes y a las órdenes e instrucciones del Poder Ejecutivo, de quien es agente natural e inmediato en el territorio de su jurisdicción, y permanecerá en su cargo mientras cuente con la confianza del Jefe Supremo de la Nación.

La ciudad capital de la Región será determinada por ley.

Artículo 5º Corresponderá al Intendente Regional formular y llevar cabo las políticas y planes de desarrollo regional de los organismos del Estado y promover la acción del sector privado que favorezca ese desarrollo; aprobar el presupuesto regional y establecer prioridad en los programas y proyectos específicos. La ley determinará la forma en que el Intendente Regional ejercerá estas facultades y la superior dirección que, para estos efectos, le corresponderá sobre todos los servicios de la Administración del Estado de carácter civil existentes en la Región. Le corresponderá, en todo caso, ejercer la supervigilancia y fiscalización de los mismos servicios, y velar por su debida coordinación. Este precepto no se aplicará a la Contraloría General de la República.

La ley determinará las demás atribuciones del Intendente Regional.

Artículo 6º El Intendente Regional, en los casos y formas que determine la ley, podrá delegar facultades específicas en otras autoridades de la Región para fines administrativos, de desarrollo y de coordinación de dos o más provincias.

Artículo 7º Derogado por ley 18.605 (6- abril- 87)

Artículo 8º Derogado por ley 18.605 (6- abril- 87)

Artículo 9º En cada Región habrá un Secretaría Regional de Planificación y Coordinación, integrada al sistema nacional de planificación, la que servirá de organismo asesor y de secretaria del

Intendente Regional y del Consejo Regional de Desarrollo, con las facultades y deberes que señale la ley.

Artículo 10 La ley contemplará la desconcentración regional de los Ministerios y de los servicios públicos y los procedimientos que permitan asegurar su debida coordinación y faciliten el ejercicio de las facultades de las autoridades regionales. Sin embargo, podrá establecer excepciones a esta norma.

Contemplará, así mismo, una participación efectiva de las regiones en la asignación de los recursos públicos y las dotará de facultades suficientes para su administración financiera.

PROVINCIAS

Artículo 11 La autoridad superior de la provincia será el Gobernador Provincial, quien estará subordinado al Intendente Regional. Será nombrado por el Poder Ejecutivo, oyendo al Intendente Regional respectivo, y permanecerá en su cargo mientras cuente con la confianza del Jefe Supremo de la Nación.

Artículo 12 Corresponderá al Gobernador Provincial fiscalizar la ejecución de los planes, programas y proyectos de desarrollo de las provincias. Le corresponderá, también, la fiscalización de los servicios públicos de la provincia, velar por la debida coordinación de los mismos y concertar acciones con los municipios de la provincia o con otras instituciones públicas o privadas.

La ley determinará las demás atribuciones del Gobernador Provincial.

Artículo 13 Los Gobernadores Provinciales, en los casos y formas que determine la ley, podrá delegar facultades específicas en otras autoridades de la provincia para el gobierno o administración de determinadas localidades o razones de aislamiento geográfico o por otras circunstancias calificadas.

COMUNAS

Artículo 14 La administración de los intereses locales en cada comuna o agrupación de comunas, será de competencia de las municipalidades.

Artículo 15 Las municipalidades son instituciones de derecho público funcional y territorialmente descentralizadas, cuyo cometido es dar satisfacción a las necesidades de la comunidad local y, en especial, participar en la planificación y ejecución del desarrollo económico y social de la comuna o agrupación de comunas, sea actuando separadamente o coordinando su acción con otros municipios o con los demás servicios públicos y organizaciones del sector privado.

Les corresponderá privativamente:

- a) Elaborar los planes desarrollo local y fiscalizar su cumplimiento, en la forma que regule la ley;
- b) Administrar los bienes nacionales de uso público de interés local existentes en la comuna, según lo regule la ley, salvo en los casos en que ésta, por razones de superior interés nacional, disponga un régimen diferente;
- c) Aplicar las normas de transporte y tránsito público dentro de la comuna, según lo regule la ley;
- d) Cuidar el aseo y ornato de la comuna, y
- e) Aplicar las normas de construcción y urbanización en la comuna, sin perjuicio de la supervigilancia que corresponda a otros organismos del Estado.

Las municipalidades tendrán las demás atribuciones que determine la ley.

El ejercicio de las facultades a que se refiere este artículo deberá ajustarse a los planes nacionales y regionales de desarrollo.

Artículo 16 La autoridad superior de la Municipalidad es el Alcalde, quien será designado por el Jefe Supremo de la Nación, oyendo al Intendente Regional, y permanecerá en el cargo mientras cuente con la confianza de aquél.

Artículo 17 En cada Municipalidad habrá un Consejo de Desarrollo Comunal, presidido por el Alcalde e integrado por jefes de

oficinas municipales y por representantes de las principales actividades de la comuna. Las normas generales sobre funcionamiento de este Consejo serán determinadas por la ley.

Artículo 18 Corresponderá al Consejo de Desarrollo Comunal ejercer las atribuciones decisorias o consultivas que señale la ley, y, primordialmente, participar en la aprobación de las políticas, planes y programas de desarrollo de la comuna.

Artículo 19 Habrá oficinas comunales de Planificación y Coordinación, integradas al sistema nacional de planificación, que servirán de organismos asesor y de secretaría técnica del Alcalde y del Consejo de Desarrollo Comunal. Estas oficinas podrán prestar asesoría a una o varias municipalidades y tendrán las atribuciones y deberes que establezca la ley.

Artículo 20 La ley asegurara una participación efectiva de las municipalidades en los recursos públicos y las dotará de facultades suficientes para su administración financiera.

ANEXO N° 2

DECRETO LEY N° 575

ESTABLECE LA REGIONALIZACIÓN DEL PAÍS PARA LOS EFECTOS DEL GOBIERNO Y LA ADMINISTRACIÓN DEL ESTADO

(Publicado en el Diario Oficial N° 28.901, de 13 de julio de 1974)

Núm. 575.- Santiago, 10 de julio de 1974. Visto: Lo dispuesto en los decretos leyes N°s 1 y 128, de 1974, y 527 y 573, de 1974,

La Junta de Gobierno de la República de Chile ha resuelto decretar el siguiente

DECRETO LEY

TÍTULO I

División Regional

Artículo 1° Para el Gobierno y la Administración del Estado, el territorio de la República se dividirá en las siguientes regiones, con las ciudades capitales que se indican:

I REGIÓN, CAPITAL IQUIQUE

Comprende la actual provincia de Tarapacá.

I Región. Capital Iquique. Comprende la actual I Región y el sector correspondiente, en general, al distrito minero ubicado en el norponiente del distrito 3 Collaguasi, de la actual comuna de Calama, del departamento de El Loa.

II REGIÓN, CAPITAL ANTOFAGASTA

Comprende la actual provincia de Antofagasta.

II Región. Capital Antofagasta. Comprende la actual II Región, excluyendo, en general, el distrito minero ubicado en el norponiente del distrito 3 Collaguasi, de la actual comuna de Calama, del departamento de El Loa.

III Región, Capital Copiapó

Comprende la actual provincia de Atacama.

III Región. Capital Copiapó. Comprende la actual III Región y el área denominada sector minero Los Cristales, ubicada en la parte norte de la actual comuna de La Higuera, del departamento de La Serena.

IV Región, Capital La Serena

Comprende la actual provincia de Coquimbo.

IV Región. Capital La Serena. Comprende la actual IV Región, excluida el área denominada sector minero Los Cristales, ubicada en la parte norte de la actual comuna de La Higuera, del departamento de La Serena.

V Región, Capital Valparaíso

Comprende las actuales provincias de Aconcagua y Valparaíso, incluyendo el departamento de San Antonio.

V Región. Capital Valparaíso. Comprende la actual V Región, excluida el área ubicada al sur del estero Yali y que se identifica con la comuna de Navidad y el distrito 3 Yali de la actual comuna de Santo Domingo, del departamento de San Antonio.

VI Región, Capital Rancagua

Comprende las actuales provincias de O'Higgins y Colchagua.

VI Región. Capital Rancagua. Comprende la actual VI Región, a la cual se le incluyen los siguientes territorios:

- a) El área ubicada al sur del estero Yali y que se identifica con la comuna de Navidad y el distrito 3 Yali de la actual comuna de Santo Domingo, del departamento de San Antonio, y
- b) Las actuales comunas de San Pedro y Alhué, del departamento de Melipilla.

VII Región, Capital Talca

Comprende las actuales provincias de Curicó, Talca, Maule y Linares.

VIII Región, Capital Concepción

Comprende las actuales provincias de Ñuble, Concepción, Arauco y Bío-Bío.

VIII Región. Capital Concepción. Comprende la actual VIII Región y el distrito 12 Tirúa Sur, de la actual comuna de Saavedra, del departamento de Imperial, y el sector correspondiente a la hoya del río Chaquilvín, ubicado al norte del distrito 2 Contraco, comuna de Lonquimay, del departamento de Curacautín.

IX Región, Capital Temuco

Comprende las actuales provincias de Malleco y Cautín.

IX Región. Capital Temuco. Comprende la actual IX Región, excluidos los territorios siguientes:

- a) El distrito 12 Tirúa Sur, de la actual comuna de Saavedra, del departamento de Imperial;
- b) El sector correspondiente al la hoya del río Chaquilvín, ubicado al norte del distrito 2 Contraco, comuna de Lonquimay, del departamento de Curacautín.

IX Región. Capital Temuco. Comprende la actual IX Región, a la cual se le incluye la ribera norte del lago Calafquén, que se identifica con el distrito 4 Licán y parte norponiente del distrito 3 Coñaripe, de la actual comuna y departamento de Panguipulli.

X Región, Capital Puerto Montt

Comprende las actuales provincias de Valdivia, Osorno, Puerto Montt y Chiloé.

X Región. Capital Puerto Montt. Comprende la actual X Región, excluidos los siguientes territorios:

- a) El distrito 7 Guaitecas, de la actual comuna de Quellón, del departamento de Castro, excepto la isla de Guafo;

b) Los sectores que en general vierten sus aguas a la rada Palena, de los distritos 1 Corcovado y 2 Tic Toc, de la actual comuna de Corcovado, del departamento de Palena.

X Región. Capital Puerto Montt. Comprende la actual X Región, excluida la ribera norte del lago Calafquén, que se identifica con el distrito 4 Licán y parte norponiente del distrito 3 Coñaripe, de la actual comuna y departamento de Panguipulli.

XI Región, Capital Coyhaique

Comprende la actual provincia de Aysén.

XI Región. Capital Coyhaique. Comprende la actual XI Región; el distrito 7 Guaitecas, de la actual comuna de Quellón, del departamento de Castro, excepto la isla de Guafo, y los sectores que en general vierten sus aguas a la rada Palena, de los distritos 1 Corcovado y 2 Tic Toc, de la actual comuna de Corcovado, del departamento de Palena.

XII Región, Capital Punta Arenas

Comprende las actuales provincias de Magallanes y el Territorio Antártico Chileno.

Existirá, además, un Área Metropolitana de Santiago, que comprende la actual provincia de Santiago, excluyendo el departamento de San Antonio.

TÍTULO II

Gobierno y Administración Regionales

Párrafo 1°

Intendentes Regionales

Artículo 2° El Gobierno y la Administración superiores de cada región residen en un Intendente Regional. Su nombramiento

corresponderá al Poder Ejecutivo, de quien será su agente natural e inmediato en el territorio de su jurisdicción. Permanecerá en su cargo mientras cuente con la confianza de éste.

Artículo 3º Para ser nombrado Intendente Regional se requiere ser chileno, tener a lo menos 21 años de edad y reunir los requisitos que el Estatuto Administrativo exija para el ingreso a la Administración Pública.

Artículo 4º El Intendente Regional tendrá la superior iniciativa y responsabilidad en la ejecución y coordinación de todas las políticas, planes, programas y proyectos de desarrollo de la respectiva región.

Artículo 5º Al Intendente Regional le corresponderá:

- 1) Dirigir las tareas propias del Gobierno Interior de acuerdo con las instrucciones que le impartan el Poder Ejecutivo a través del Ministro del Interior, o éste directamente.
- 2) Derogado por Ley N° 18.605 (6-abril-87)
- 3) Fijar a las prioridades de los proyectos y programas regionales.
- 4) Elevar en su oportunidad los proyectos de políticas, planes de desarrollo y presupuesto regional al Supremo Gobierno para su aprobación o modificación, a fin de hacerlos compatibles con las políticas, planes y presupuestos nacionales.
- 5) Coordinar y regular la forma en que deben actuar los servicios de la Administración del Estado, de carácter civil, para la debida ejecución, por su intermedio, de las políticas, planes y proyectos a que se refiere el artículo 5º del decreto Ley N° 573, de 1974. Para estos efectos, quedarán subordinados al Intendente Regional los jefes de servicios existentes en la región, sin perjuicio de las facultades propias, de carácter técnico, que correspondan a los jefes superiores de los servicios a que pertenezcan. Igual norma se aplicará a los de otras instituciones del Estado.

En el ejercicio de estas facultades, podrá disponer comisiones de servicios y destinaciones de cualquier funcionario público en el territorio de su jurisdicción.

Asimismo podrá formar comités coordinadores de la Administración del Estado regionales, integrados por los Secretarios Regionales Ministeriales.

- 6) Crear comisiones regionales sectoriales e intersectoriales para hacer estudios o preparar recomendaciones específicas.
- 7) Ejercer la supervigilancia y fiscalización de todos los servicios de la Administración del Estado, de carácter civil, y de los servicios de utilidad pública de la región, a fin de cautelar la legalidad de sus actuaciones y su funcionamiento regular, continuo y eficiente y, asimismo, supervigilar y fiscalizar todas las obras que dichas entidades ejecuten, directamente o a través de terceros.
- 8) Dictar los reglamentos, resoluciones e instrucciones que estime necesarios en el ejercicio de sus atribuciones;
- 9) Fomentar la actividad privada, orientarla hacia el desarrollo regional y procurar su coordinación con la actividad estatal;
- 10) Girar y disponer de las sumas que contemple anualmente el Presupuesto de la Región, en conformidad con las normas que rijan la materia, y
- 11) Representar extrajudicialmente al Estado en la respectiva región, en la realización de los actos y celebración de los contratos que sean necesarios para el desarrollo de la misma, con cargo al Presupuesto Regional, pudiendo delegar esta representación en los jefes de servicios, según la naturaleza de la materia de que se trate.

Las atribuciones que este artículo confiere a los Intendentes Regionales sobre los servicios públicos no serán aplicables respecto de la Contraloría General de la República.

Artículo 6° La organización administrativa de la Intendencia y de los demás organismos regionales previstos en este texto legal, será establecida por decreto reglamentario, a proposición del respectivo Intendente, y previo informe de la Comisión Nacional de la Reforma Administrativa.

TÍTULO III

Gobierno y Administración Provinciales

Artículo 25 La autoridad superior de la provincia será el Gobernador Provincial, quien estará subordinado al Intendente Regional. Será nombrado por el Poder Ejecutivo, oyendo al Intendente Regional respectivo y permanecerá en su cargo mientras cuente con la confianza de aquél.

El Gobernador Provincial tendrá su asiento en la ciudad cabecera de la provincia.

Artículo 26 Al Gobernador Provincial le corresponderá especialmente:

- 1) Efectuar las tareas propias de gobierno y administración interiores dentro de la provincia;
- 2) Fiscalizar la ejecución de los planes, programas y proyectos de desarrollo provincial.
- 3) Fiscalizar los servicios públicos de la provincia;
- 4) Velar por la debida coordinación de los servicios públicos;
- 5) Concertar acciones comunes con las municipalidades o con otras instituciones públicas y privadas, y
- 6) Proponer proyectos de desarrollo provincial al Intendente Regional respectivo.

Artículo 27 En cada provincia habrá un Comité Asesor presidido por el Gobernador Provincial e integrado por las personas que él mismo designe. Dicho Comité prestará asesoría en todas las materias para las que sea requerido por el Gobernador Provincial, quien podrá citar a los Alcaldes para que asistan a sus reuniones.

El Gobernador Provincial reglamentará el funcionamiento de este Comité Asesor Provincial.

Artículo 28 Los Gobernadores Provinciales podrán delegar facultades específicas en los Alcaldes o en otras autoridades de la provincia para el gobierno o administración de determinadas localidades, en los siguientes casos:

- a) Cuando se trate de localidades aisladas geográficamente,
y

- b) Cuando el gobierno y administración interiores se hacen muy difíciles, en atención a la complejidad de los problemas, o por circunstancias de fuerza mayor debidamente calificadas.

La delegación deberá ser autorizada por el respectivo Intendente Regional, ajustándose a las instrucciones que para el efecto imparta el Supremo Gobierno.

TÍTULO IV

Administración Comunal

Artículo 29 La administración de los intereses locales en cada comuna será de competencia de las municipalidades. Se ejercerá de acuerdo con las disposiciones de la Ley de Organización y Atribuciones de las Municipalidades.

ANEXO N° 3

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LA REPUBLICA DE CHILE

**(Aprobada por Decreto N° 1104 de 28 de julio de 1994
del Ministerio de Justicia)**

CAPITULO XIII

GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN INTERIOR DEL ESTADO

Art. 99. Para el gobierno y administración interior del Estado, el territorio de la República se divide en regiones y éstas en provincia. Para los efectos de la administración local, las provincias se dividirán en comunas.

La modificación de los límites de las regiones y la creación, modificación y supresión de las provincias y comunas, serán materia de ley de quórum calificado, como asimismo, la fijación de las capitales de las regiones y provincias; todo ello a proposición del Presidente de la República.

Gobierno y Administración Regional

Art. 100. El gobierno de cada región reside en un intendente que será de la exclusiva confianza del Presidente de la República. El intendente ejercerá sus funciones con arreglo a las leyes y a las órdenes e instituciones del Presidente, de quien es su representante natural e inmediato en el territorio de su jurisdicción.

La administración superior de cada región en un gobierno regional que tendrá por objeto el desarrollo social, cultural y económico de la región.

El gobierno regional estará constituido por el intendente y el consejo regional. Para el ejercicio de sus funciones, el gobierno regional gozará de personalidad jurídica de derecho público y tendrá patrimonio propio.

Art. 101. El intendente presidirá el consejo regional y le corresponderá la coordinación, supervigilancia o fiscalización de los servicios públicos creados por ley para el cumplimiento de las funciones administrativas que operen en la región.

La ley determinará la forma en que el intendente ejercerá estas facultades, las demás atribuciones que le correspondan y los organismos que colaborarán en el cumplimiento de sus funciones.

Art. 102. El consejo regional será un órgano de carácter normativo, resolutivo y fiscalizador, dentro del ámbito propio de competencia del gobierno regional, encargado de hacer efectiva la participación de la ciudadanía regional y ejercer las atribuciones que la ley orgánica constitucional respectiva la encomiende, la que regulará además su integración y organización.

Corresponderá desde luego al consejo regional aprobar los planes de desarrollo de la región y el proyecto de presupuesto del gobierno regional, ajustado a la política nacional de desarrollo y al presupuesto de la Nación. Asimismo, resolverá la inversión de los recursos consultados para la región en el fondo nacional de desarrollo regional, sobre la base de la propuesta que formule el intendente.

Art. 103. La ley deberá determinar las formas en que se descentralizará la administración del Estado, así como la transferencia de competencias a los gobiernos regionales.

Sin perjuicio de lo anterior, también establecerá, con las excepciones que procedan, la desconcentración regional de los ministerios y de los servicios públicos. Asimismo, regulará los procedimientos que se aseguren la debida coordinación entre los órganos de la administración del Estado para facilitar el ejercicio de las facultades de las autoridades regionales.

Art. 104. Para el gobierno y la administración interior del Estado a que se refiere el presente capítulo se observará como principio básico la búsqueda de un desarrollo territorial armónico y equitativo. Las leyes que se dicten al efecto deberán velar por el cumplimiento y aplicación de dicho principio, incorporando asimismo criterios de solidaridad entre las regiones, como al interior de ellas, en lo referente a la distribución de los recursos públicos.

Sin perjuicio de los recursos que para su funcionamiento se asignen a los gobiernos regionales en la Ley de Presupuesto de la Nación y de aquellos que provengan de lo dispuesto en el N° 20° del artículo 19, dicha ley contemplará una proporción del total de los

gastos de inversión pública que determine, con la denominación de fondo nacional de desarrollo regional.

La Ley de Presupuesto de la Nación contemplará, asimismo, gastos correspondientes a inversiones sectoriales de asignación regional cuya distribución entre regiones responderá a criterios de equidad y eficiencia, tomando en consideración los programas nacionales de inversión correspondientes. La asignación de tales gastos al interior de cada región corresponderá al gobierno regional.

A iniciativa de los gobiernos regionales o de uno o más ministerios, podrán celebrarse convenios anuales o plurianuales de programación de inversión pública en la respectiva región o en el conjunto de regiones que convengan en asociarse con tal propósito.

La ley podrá autorizar a los gobiernos regionales y a las empresas públicas para asociarse con personas naturales o jurídicas a fin de propiciar actividades e iniciativas sin fines de lucro que contribuyan al desarrollo regional. Las entidades que al efecto se constituyan se regularán por la normas comunes aplicables a los particulares.

Lo dispuesto en el inciso anterior se entenderá sin perjuicio de lo establecido en el número 21 del artículo 19

Gobierno y Administración Provincial

Art. 105. En cada provincia existirá una gobernación que será un órgano territorialmente desconcentrado del intendente. Estará a cargo de un gobernador, quien será nombrado y removido libremente por el Presidente de la República.

Corresponde al gobernador ejercer, de acuerdo a las instrucciones del intendente, la supervigilancia de los servicios públicos existentes en la provincia. La ley determinará las atribuciones que podrá delegarle el intendente y las demás que le corresponden.

En cada provincia existirá un consejo económico y social de carácter consultivo. La ley orgánica constitucional respectiva determinará su composición, forma de designación de sus integrantes, atribuciones y funcionamiento.

Art. 106. Los gobernadores, en los casos y formas que determine la ley, podrán designar delegados para el ejercicio de sus facultados en una o más localidades.

Administración Comunal

Art. 107. La administración local de cada comuna o agrupación de comunas que determine la ley reside en una municipalidad, la que estará constituida por el alcalde, que es su máxima autoridad, y por el concejo. La ley orgánica establecerá un consejo económico y social comunal de carácter consultivo.

Las municipalidades son corporaciones autónomas de derecho público, con personalidad jurídica y patrimonio propio, cuya finalidad es satisfacer las necesidades de la comunidad local y asegurar su participación en el progreso económico, social y cultural de la comuna.

Una ley orgánica constitucional determinará las funciones y atribuciones de las municipalidades. Dicha ley señalará, además, las materias de administración municipal que el alcalde, con acuerdo del concejo o a requerimiento de la proporción de ciudadanos que establezca la ley, someterá a plebiscito, así como las oportunidades, forma de la convocatoria y efectos.

Las municipalidades podrán asociarse entre ellas para el cumplimiento de sus fines propios. Asimismo, podrán constituir corporaciones o fundaciones de derecho privado sin fines de lucro destinadas a la promoción y difusión del arte y la cultura. La participación municipal en ellas se regirá por la ley orgánica constitucional respectiva.

Las municipalidades podrán establecer en el ámbito de las comunas o agrupación de comunas, de conformidad con la ley orgánica constitucional respectiva, territorios denominados unidades vecinales, con el objeto de propender a un desarrollo equilibrado y a una adecuada canalización de la participación ciudadana.

Los municipios y los demás servicios públicos existentes en la respectiva comuna deberán coordinar su acción en conformidad a la ley.

Art. 108. En cada municipalidad habrá un concejo integrado por concejales elegidos por sufragio universal en conformidad a la ley orgánica constitucional de municipalidades. Durarán cuatro años en sus cargos y podrán ser reelegidos. La misma ley determinará el número de concejales y la forma de elegir al alcalde.

El concejo será un órgano encargado de hacer efectiva la participación de la comunidad local, ejercerá funciones normativas,

resolutivas y fiscalizadoras y otras atribuciones que se le encomienden, en la forma que determine la ley orgánica constitucional respectiva.

La ley orgánica de municipalidades determinará las normas sobre organización y funcionamiento del concejo y las materias en que la consulta del alcalde al concejo será obligatoria y aquellas en que necesariamente se requerirá el acuerdo de éste. En todo caso, será necesario dicho acuerdo para la aprobación del plan comunal de desarrollo, del presupuesto municipal y de los proyectos de inversión.

Art. 109. Los alcaldes, en los casos y formas que determine la ley orgánica constitucional respectiva, podrán designar delegados para el ejercicio de sus facultades en una o más localidades.

Art. 110. Derogado.

Art. 111. Las municipalidades gozarán de autonomía para la administración de sus finanzas. La Ley de Presupuestos de la Nación podrá asignarles recursos para atender sus gastos, sin perjuicio de los ingresos que directamente se les confieran por la ley o de les otorguen por los gobiernos regionales respectivos. Una ley orgánica constitucional contemplará un mecanismo de redistribución solidaria de los intereses de los ingresos propios entre las municipalidades del país con la denominación de fondo serán de materia de ley.

Disposiciones Generales

Art.112. La Ley establecerá fórmulas de coordinación para la administración de todos o algunos de los municipios, con respecto a los problemas que les sean comunes, así como entre los municipios y los demás servicios públicos.

Art.113. Para ser designado intendente o gobernador y para ser elegido miembro del consejo regional o concejal, se requerirá ser ciudadano con derecho a sufragio, tener los demás requisitos de idoneidad que la ley señale y residir en la región a lo menos en los últimos dos años anteriores a su designación o elección.

Los cargos de intendente, gobernador, miembro del consejo regional y concejal serán incompatibles entre sí.

Ningún tribunal procederá criminalmente contra un intendente o gobernador sin que la Corte de Apelaciones respectiva haya declarado que ha lugar la formación de causa.

Art. 114. Las leyes orgánicas constitucionales respectivas establecerá las causales de cesación en los cargos de alcaldes, de miembro del consejo regional y de concejal.

Art. 115. La ley determinará la forma de resolver las cuestiones de competencia que pudieren suscitarse entre las autoridades nacionales, regionales, provinciales y comunales.

Asimismo, establecerá el modo de dirimir las discrepancias que se produzcan ente intendente y el consejo regional, así como entre el alcalde y el concejo.

ANEXO N° 4

ENTREVISTA A GUSTAVO SERRANO COTAPOS DIRECTOR DE EL DIARIO AUSTRAL DE VALDIVIA

1. ¿Cuál cree Ud. que es el papel más importante de la prensa regional?

El mismo de toda la prensa pero con un énfasis en los intereses regionales o locales.

2. Dentro de las funciones de los medios de comunicación de masas (conocimiento mutuo, equilibrio social, extensión de la cultura, etc.) ¿Cuál de ellas deberían ser privilegiadas por los medios regionales?

Todas y cada una, son los objetivos paralelos y en ningún caso uno es más importante que el otro. En el fondo, es como tomar el devenir de la sociedad por capítulo, pero ningún capítulo es más importante que el todo.

3. ¿Cuál es la ventaja de la prensa regional dentro del proceso de descentralización o regionalización?

El proceso de descentralización y el proceso de regionalización deben ser temas fundamentales en cualquier acción periodística de los diarios regionales, puesto que son el resumen de los problemas que sufren las regiones. El mayor problema que tenemos en Chile es el centralismo, luego si la prensa regional no se ocupa de su problemas no se está ocupando de su gente.

4. ¿Cómo favorece la existencia de tres diarios provinciales a la región?

Es que cada provincia tiene sus características muy particulares. En el caso de Valdivia, nosotros fuimos región antes de esta regionalización, una región que era bastante más extensa que la actual, por la división política-administrativa anterior, pero cada provincia tiene su propia historia y su propia idiosincrasia. En ese

sentido hay patrias chicas acá, por eso es que es necesario la existencia de diarios que interpreten a las comunidades que tienen características muy particulares.

5. ¿Existe interés en los valdivianos por identificarse con el diario local?

Modestia aparte. Hay mucha gente que aún nos llama El Correo. Este fue el diario emblemático de Valdivia durante ochenta y tantos años. Aunque hubo otro anterior a nosotros, entre que El Correo terminó y nosotros aparecimos, hubo un diario que se llamaba 24 Horas que trató de extenderse incluso a Osorno, a Puerto Montt y a Temuco -de hecho lo hizo en algunas ediciones-, pero fracasó. Justamente porque no se dedicó al principio que un diario regional debe dedicarse a su propia área.

En este caso, nosotros tomamos la herencia de El Correo de Valdivia junto con el hecho de que tomamos muchos periodistas que venían de El Correo, de tal manera que hubo una continuidad de pareceres y yo diría de intereses demostrados a través del diario. Efectivamente, la gente se identifica con su diario local.

6. ¿Puede ser contradictorio preocuparse de la localidad cuando el mundo avanza hacia la globalización?

Curiosamente el fenómeno de globalización está provocando el renacimiento del nacionalismo, por un lado, y de la defensa de las culturas locales, por el otro. De tal modo, yo diría que no es contradictorio sino que complementarios, Esto nos sirve a nosotros para aprovechar lo mejor de la globalización y defender lo mejor que tenemos de nosotros.

7. ¿Cree Ud. que la prensa regional puede ser considerada como material histórico y bibliográfico del acontecer público y social de la región?

Perfectamente. Lo tenemos demostrado en un programa que se llama Prensa y Educación, que en el fondo se trata de utilizar el diario como material de trabajo por parte de los profesores en sus clases para sus distintas materias. Esto ha ayudado a los profesores a comprender

que los diarios son importante material bibliográfico e indispensable para comprender la realidad de lo que esta pasando ahora y también para buscar cosas de la historia próxima que normalmente los historiadores todavía no tratan.

8. Los diarios de la Décima Región pertenecen a una sociedad que es parte de un conglomerado mayor –El Mercurio- que los respalda administrativa, económica e informativamente ¿Cómo asegura que los diarios provinciales estén realmente comprometidos con los intereses de la zona?

Somos diarios filiales en el sentido de que tenemos relaciones comerciales y editoriales en los grandes parámetros que conforman el espíritu de estos diarios, pero tenemos una independencia editorial que nos favorece en el sentido de que nosotros nos preocupamos de los intereses locales incluso en contraposición con los temas nacionales que son resueltos por los medios nacionales. Nosotros tenemos la ventaja de estar apoyados por un paraguas económico que nos permite cierta independencia frente a otros intereses económicos. Nos permite pararnos frente a otras empresas, por ejemplo, para presentar nuestra visión de las cosas a despecho de algunos intereses de otras empresas en contra de los intereses de la comunidad.

9. ¿Cómo es la venta del diario en relación a los nacionales?

Afortunadamente buena y eso demuestra que los diarios locales son realmente necesarios y es una cosa que está preocupando a los diarios nacionales en todo el mundo, en cómo lograr interesar a los públicos locales, por último, mediante ediciones diferenciadas.

Digo afortunadamente porque en todos nuestros diarios -no solamente en Valdivia-, de Temuco hasta Puerto Montt tenemos más del 50 % y en algunos casos el 70 % de participación en el mercado, lo que le indica a ustedes que, incluso en el tiempo en que el mercado se reduce, nuestra participación va aumentando, la gente prefiere el diario local de todas maneras por dos razones: una, por que se ven reflejados su intereses, lo que pasa a su alrededor en el diario local con mucha mejor cobertura de lo que puede dar uno de tirada nacional. Pero al mismo tiempo tiene una buena información nacional e

internacional que lo deja satisfecho. En el caso nuestro tenemos un 57% del mercado, el resto se lo reparten todos los demás diarios. En el caso de Osorno, -cuya situación es más crítica que la nuestra- la participación está subiendo a 67%. Los casos de Temuco y Puerto Montt son similares a la nuestra.

10. ¿Cuáles son los criterios que se utilizan para la confección de la pauta o agenda temática diaria?

En primer lugar el aporte que los periodistas hacen, porque ellos son los que están en contacto con los frentes que cada uno tiene, ellos entregan su perspectiva de lo que puede suceder en el día y de lo que va a suceder. En segundo lugar hay encargos conforme se van desarrollando los acontecimientos y los programas que hay; yo diría que eso es trabajo de equipo.

En cuanto a los criterios de priorización, se realiza conforme a la proximidad de las cosas, lo que es local es primero que nada, lo que tiene que ver con la región en segundo término, lo nacional igual se toma por su repercusión en lo local. El principal criterio es que se toma lo que sucede en esta comunidad, dentro de la provincia.

ANEXO N° 5

ENTREVISTA A ERNESTO MONTALVA DIRECTOR DE EL LLANQUIHUE

1. ¿Cuál cree Ud. que es el papel más importante de la prensa regional?

Creo que la prensa es una sola y, a lo mejor, es un error hablar de prensa nacional y regional, porque parece que cuando se nombra a la prensa regional es como si fuera primera vez.

Y como ya se sabe, el papel de la prensa es informar, entretener y educar; y dar conciencia, incentivar, ser el perro guardián de la sociedad y tener un rol contralor. La prensa está todos los días entregándole semáforos al público. No solamente está siendo un testigo, está siendo un actor, o sea que está teniendo un rol activo. La prensa debe tener una visión clara de su misión, un plan de trabajo, saber reflejar a la gente, tener claro los objetivos hacia donde va, cuál es su contribución, fijarse más en los clientes, la opinión pública que en el producto que es el diario.

Hoy en día, el poder de los medios informativos radica no en los editores como en antaño, sino en el público. El público es el que veta, él compra o no compra y los medios que no están atentos a las inquietudes del público, a las acciones del ciudadano, generalmente son medios que han cerrado.

2. Dentro de las funciones de los medios de comunicación de masas (conocimiento mutuo, equilibrio social, extensión de la cultura, etc.) ¿Cuál de ellas deberían ser privilegiadas por los medios regionales?

El medio informativo tiene que tener capacidad de escucha para poder interpretar el entorno en que actúa. El papel más importante de la prensa regional es hacer buen periodismo. Preguntar, anticiparse, no estar improvisando, porque se notan los medios que improvisan.

Se deben preocupar de la calidad de los contenidos, ya que la noticia es un bien social y una mercancía. Es un bien social desde el punto de vista espiritual; y una mercancía, porque sale al mercado, hay que venderla. Es un negocio, también.

Ese producto que es la noticia tiene que ser bien presentado desde el punto de vista físico y técnico de los diarios

3. ¿Cuál es la ventaja de la prensa regional dentro del proceso de descentralización o regionalización?

La ventaja de la prensa regional es que estamos al lado de la fuente, que podemos tocar a la gente con la mano. Nosotros podemos cuantificar, cualificar, evaluar.

Estamos más cerca del corazón de la gente. Uno emociona al público y, por lo tanto, ese público se abraza con uno, se emociona con uno y nunca lo deja. Y dentro de ese matrimonio, se deben cumplir con reglas básicas para que no se produzca un distanciamiento entre el público y los medios y para eso el diario tiene que ser animoso. Ojo con los diarios de provincia con desanimar a sus habitantes y que no tienen claro hacia donde marchan.

Una desventaja es que falta periodismo de investigación, hay mucho periodismo informativo: yo voy a la fuente y le cuento a usted lo que dijo el señor y no interpreto nada. Eso es un periodismo fácil y poco valiente.

4. ¿Existe interés en la gente por identificarse con el diario local?

Sí, yo creo que hay una buena identificación y prueba de ello es la gran circulación del diario. En el caso de Chiloé y Palena, que están más alejados, tenemos que hacer un esfuerzo y estamos consciente de ello. Tenemos que mejorar nuestra llegada a Chiloé y Palena. Es que a veces uno dice que en una localidad o un pueblito X hay poco potenciales lectores o consumidores de diarios, pero por eso ¿vamos a dejar de la mano de nadie las escuelas de Palena?, ¿no nos vamos a preocupar del agua potable de Chiloé? Tenemos que preocuparnos del perímetro total donde el diario circula. Tenemos que hacer que el diario cumpla con su rol de informar a la gente que lo lee.

5. ¿Puede ser contradictorio preocuparse de la localidad cuando el mundo avanza hacia la globalización?

Uno tiene que pensar globalmente y actuar localmente. Uno tiene que entender el mundo porque la economía es globalizada. Todo

lo que sucede nos afecta, por lo tanto estamos interconectados a una red y eso no se puede eludir. Pero no podemos decir que porque estamos en una sociedad global le echamos la culpa a otros. La globalización no puede servir de excusa.

6. ¿Cree Ud. que la prensa regional puede ser considerada como material histórico y bibliográfico del acontecer público y social de la región?

Absolutamente. Nosotros, por ejemplo, somos el cuarto diario más antiguo de Chile. En el diario está parte de la historia que no está en los libros. Es un reservorio importante. Es fundamental entender la parte económica, la parte cultural, la parte religiosa, incluso; esa historia está en los diarios. Los periódicos pueden servir como herramienta vital para estudiar y contextualizar la realidad retrospectiva de la nación y de la zona. Puede servir para evaluar si avanza o retrocede, qué pasa con la gente, qué pasa con el mundo, qué pasa con las clases dirigentes.

7. Los diarios de la Décima Región pertenecen a una sociedad que es parte de un conglomerado mayor –El Mercurio– que los respalda administrativa, económica e informativamente ¿Cómo asegura que los diarios provinciales estén realmente comprometidos con los intereses de la zona?

Existe una red de socios y uno de ellos es la Sociedad Araucanía, otros son los diarios de la zona central y otros del norte, y no tienen nada que ver con El Mercurio. Somos una empresa que pagamos nuestras propias cuentas.

Editorialmente no dependemos de El Mercurio, porque nos dedicamos exclusivamente a lo local y hay un cuerpo que se hace en conjunto. Tenemos una autonomía bastante grande que depende de la capacidad de gestión.

8. ¿Cuáles son los criterios que se utilizan para la confección de la pauta o agenda temática diaria?

Los que se vienen utilizando hace mucho tiempo, que tienen que ver con la cercanía geográfica y que sea noticia, que significa nueva,

que tenga trascendencia, impacto en la sociedad. Son los parámetros normales, aunque hay mucho de servicio, también.

ANEXO N° 6

ENTREVISTA ALEX TRAUTMANN DIRECTOR DE EL DIARIO AUSTRAL DE OSORNO

1. ¿Cuál cree Ud. que es el papel más importante de la prensa regional?

Fundamentalmente , servir de “caja de resonancia” de lo que está sucediendo en su entorno más próximo, lo que permite a la ciudadanía, a través de sus representantes sociales y líderes, poder formarse una opinión mucho más cercana de la realidad local. Además está decir que los hechos que suceden día a día y de los cuales el Diario da cuenta, van “construyendo” la realidad y van motivando el movimiento del engranaje de la sociedad en su conjunto. Por esto mismo y considerando la influencia que los diarios locales ejercen en la ciudadanía, no es pretencioso manifestar que estos medios también constituyen un motor de desarrollo de las respectivas zonas en las que se desenvuelven.

2. Dentro de las funciones de los medios de comunicación de masas (conocimiento mutuo, equilibrio social, extensión de la cultura, etc.) ¿Cuál de ellas deberían ser privilegiadas por los medios regionales?

Por tratarse de los únicos medios regionales, resulta difícil, por no decir imposible, privilegiar un área específica en desmedro de otras, ya que por una parte nuestros diarios no constituyen instancias especializadas en el estricto rigor de la palabra, sino nuestro interés es abarcar la mayor cantidad de materias posibles, para a la vez, satisfacer al amplio mercado que constituyen nuestros lectores. Como un comentario aparte, puedo señalar que en este sentido resulta vital que nuestros periodistas tengan, aparte de una amplia cultura, un acabado conocimiento de lo que sucede en la zona en la que se desenvuelven, para estar preparados para cubrir cualquier tarea periodística que les sea encomendada en los más diversos “sectores”.

3. ¿Cuál es la ventaja de la prensa regional dentro del proceso de descentralización o regionalización?

La prensa regional está llamada a cumplir un rol fundamental en el proceso de descentralización, desde el punto de vista de crear conciencia de los derechos que tienen las respectivas zonas, más allá de los ordenamientos administrativos actualmente utilizados. De hecho, ese rol ya se está jugando prácticamente a diario, tocando los más variados temas. No se trata de una tarea fácil, en especial, por ser una materia que está demasiado enraizada en los estamentos burocráticos del Estado. Sin embargo, a nuestro parecer, pese al desconocimiento que existe en la capital de lo que está sucediendo en provincias, en nuestras zonas y particularmente a través de los diarios locales se ha logrado crear un sentimiento de pertenencia de lo que en realidad es nuestro y que se refiere en este caso a todo lo que forma nuestro entorno más próximo.

4. ¿Cómo favorece la existencia de tres diarios provinciales a la región?

Lo primero que se debe señalar es que la Décima Región de los Lagos, debe ser una de las regiones con más particularidades en el país. Porque está claro que los intereses desde el punto de vista de la economía y de lo que constituye la propia cultura local de la provincia de Valdivia son muy distintos a los de la provincia de Chiloé o Llanquihue, o los de Osorno a los de la provincia de Palena. Si partimos de esa premisa, resulta obvio pensar que aquí cada uno de los diarios cumple un rol importante y específico en la zona en que se encuentra emplazado. Desde esa perspectiva el contar con tres diarios favorece a la región, ya que permite en forma ecuánime a cada una de las provincias el plasmar allí sus sensibilidades, sus anhelos, dar cuenta de sus proyectos y en el fondo conocerse y seguir avanzando de acuerdo a sus propios intereses.

5. ¿Existe interés en los osorninos por identificarse con el diario local?

Sin duda, incluso sienten al Diario como una organización netamente osornina.

6. ¿Puede ser contradictorio preocuparse de la localidad cuando el mundo avanza hacia la globalización?

Aunque sea una práctica bastante mal utilizada -el responder con una pregunta-, me permito preguntar, ¿tendrá para los osorninos al misma importancia el accidente con dos personas muertas ocurrido en una calle de Indonesia, que el ocurrido, con iguales consecuencias, en calle Ramírez, pleno centro de nuestra ciudad? Aunque se podría efectuar una encuesta al respecto, para mí la respuesta es más que obvia. Si este mismo ejemplo lo volvemos a plantear, pero con lo referido a otra materia, como podrían ser las inversiones que se harán próximamente, la respuesta vuelve a repetirse. En definitiva, desde mi punto de vista, la gente está interesada en saber lo que pasa en el resto del país y en el mundo, es decir, en la aldea global, pero su primer interés sigue siendo lo que sucede en “su propia aldea”.

7. Los diarios de la Décima Región pertenecen a una sociedad que es parte de un conglomerado mayor -El Mercurio- que los respalda administrativa, económica e informativamente ¿Cómo asegura que los diarios provinciales estén realmente comprometidos con los intereses de la zona?

Debido a que han sido demasiados los años en que esta empresa comunicacional ha dado muestras claras de su compromiso con las zonas donde esta emplazada. Sin embargo, y respondiendo a la inquietud, basta sólo con mencionar que cada una de las luchas que en los últimos años han planteado las provincias de la Décima Región, han sido respaldadas e incluso, en muchos casos, impulsadas por los diarios locales.

8. ¿Cómo es la venta del diario en relación a los nacionales?

El mercado está copado mayoritariamente por nuestros productos. El porcentaje en lo que se refiere a nuestra presencia comparándolo con los de afuera (nacionales), es altísima, lo que en el fondo viene a constituir una confirmación a las respuestas de las preguntas precedentes.

9. ¿Cuáles son los criterios que se utilizan para la confección de la pauta o agenda temática diaria?

La confección de la pauta temática diaria se basa, por una parte, en los hechos noticiosos que se van produciendo en la zona durante el día y que al constituirse en hechos importantes, la pasan a integrar por una razón obvia. Por otra, están aquellas materia de interés general y que se refieren a temas económicos, de salud, de seguridad pública, etc., a los cuales se les hace un seguimiento de tal forma de poder ir conociendo su desarrollo, lo que a su vez permite dar respuesta y cumplimiento a las aspiraciones y necesidades de los habitantes de nuestra provincia. Además, prácticamente a diario surgen necesidades, nuevos problemas, nuevos logros, nuevas ideas, nuevos sueños, que nosotros, como diario, nos encargamos de transmitir.

ANEXO N° 7

**TABLA ANÁLISIS DE CONTENIDO
EL DIARIO AUSTRAL DE VALDIVIA**

		LOCALIDAD												
		Valdivia	Mariquina	Lanco	Los Lagos	Futrono	Corral	Máfil	Panguipulli	La Unión	Paillaco	Río Bueno	Lago Ranco	Total
T E M A T I C A	Policial	43	1	3	1	1	0	0	3	0	0	0	0	52
	Comunidad	162	2	1	2	5	1	0	6	5	6	0	0	190
	Universidad	16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16
	Política	23	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	23
	Economía	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20
	Deportes	59	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	60
	Cs., Ss. y Tecnol.	11	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	13
	Religión	5	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6
Cultura	23	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	24
F U E N T E S	Propias	164	1	2	0	2	1	0	1	2	5	0	0	178
	Institucionales	375	3	1	3	5	1	0	5	2	6	0	0	401
	Espontáneas	39	0	1	1	0	0	0	1	2	0	0	0	44
	Confidenciales	11	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	15
	Anónimas	8	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	11
N° F U E N T E S	1	203	2	1	1	2	0	0	2	1	6	0	0	218
	2	33	0	1	1	1	1	0	3	2	0	0	0	42
	3-4	12	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	14
	5-6	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
	7 ó +	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Ninguna	111	2	2	1	3	0	0	3	2	3	0	0	127
Espacio	Cm/Col	44567.85	430.2	407.35	495.9	650.95	68.2	0	1192	542.12	804.75	0	0	49159.32
	%	90.66	0.87	0.82	1	1.32	0.13	0	2.42	1.1	1.63	0	0	100

ANEXO N° 8

**TABLA ANÁLISIS DE CONTENIDO
EL DIARIO AUSTRAL DE OSORNO**

		LOCALIDAD							
		Osorno	San Pablo	Entre Lagos	Puerto Octay	Purranque	Río Negro	San Juan de la Costa	Total
T E M A T I C A	Policial	66	0	0	1	0	2	0	69
	Comunidad	139	3	10	7	4	21	6	190
	Universidad	8	0	0	0	0	0	0	8
	Política	15	0	0	0	0	0	0	15
	Economía	11	0	0	0	0	0	0	11
	Deportes	63	1	1	0	0	1	1	67
	Cs., Ss. y Tecnol.	17	0	0	0	0	0	0	17
	Religión	15	1	1	0	0	0	0	17
Cultura	31	0	0	1	0	2	0	34	
F U E N T E S	Propias	154	3	4	3	1	7	5	177
	Institucionales	307	4	13	6	4	23	3	360
	Espontáneas	93	0	2	0	0	0	0	95
	Confidenciales	17	0	0	2	0	1	0	20
	Anónimas	18	0	0	0	0	2	1	21
N° F U E N T E S	1	175	2	5	8	2	18	1	211
	2	76	1	3	0	1	5	1	87
	3-4	30	0	1	0	0	0	0	31
	5-6	1	0	0	0	0	0	0	1
	7 ó +	2	0	0	0	0	0	0	2
	Ninguna	81	2	3	1	1	3	5	96
Espacio	Cm/Col	50462.03	653.81	1312.05	913.68	495	2758.85	617.01	57212.43
	%	88.2	1.14	2.29	1.59	0.86	4.82	1.07	100

ANEXO N° 9
TABLA ANÁLISIS DE CONTENIDO
EL LLANQUIHUE DE PUERTO MONTT

		LOCALIDAD												
		Puerto Montt	Puerto Varas	Cochamó	Calbuco	Maullín	Los Muermos	Fresia	Llanquihue	Frutillar	Castro	Ancud	Quemchi	Dalcahue
T E M A T I C A	Policial	61	2	0	1	2	0	1	1	2	0	0	0	0
	Comunidad	147	5	0	3	0	0	0	2	1	13	4	0	0
	Universidad	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Política	40	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Economía	33	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Deportes	70	4	0	1	6	0	1	1	0	0	3	0	0
	Cs., Ss. y Technol.	10	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
	Religión	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cultura	19	1	0	0	0	0	0	0	1	3	1	0	0	
F U E N T E S	Propias	150	4	0	1	3	0	0	1	0	5	3	0	0
	Institucionales	240	8	0	4	5	0	2	3	4	12	5	0	0
	Espontáneas	37	3	0	4	0	0	1	0	0	0	0	0	0
	Confidenciales	28	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
	Anónimas	4	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
N° F U E N T E S	1	159	10	0	4	2	0	1	0	1	7	4	0	0
	2	77	1	0	0	2	0	0	1	2	2	1	0	0
	3-4	40	0	0	1	0	0	1	2	1	3	0	0	0
	5-6	5	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
	7 ó +	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Ninguna	113	5	0	1	4	0	0	0	0	5	3	0	0
Espacio	Cm/Col	59943.09	2365.72	0	808.65	939.75	0	394.4	775.6	974.7	2259.35	738.4	0	0
	%	84.83	3.34	0	1.14	1.33	0	0.55	1.09	1.37	3.19	1.04	0	0

	Curaco de Vélez	Quinchao	Puqueldón	Chonchi	Queilén	Quellón	Chaitén	Huailahué	Futaleufú	Alto Palena	Total
T E M A T I C A	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	71
	0	0	1	1	2	3	0	0	1	0	177
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	40
	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	38
	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	88
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	26
F U E N T E S	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	170
	0	0	1	1	3	2	0	0	1	0	291
	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	44
	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	30
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
N° F U E N T E S	0	0	1	0	2	2	0	0	0	0	192
	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	88
	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	49
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	1	1	2	0	0	0	0	136
Espacio	0	0	70.92	443.2	546.9	286.8	0	0	108.4	0	70655.88
	0	0	0.1	0.62	0.77	0.4	0	0	0.15	0	100