

Director  
Fernando Checa Montufar

Dirección Técnica  
César Herrera

Publicaciones  
Raúl Salvador R.

Editor  
Pablo Escandón M.  
pescandon@ciespal.net

Diseño y diagramación  
Diego S. Acevedo A.

Suscripciones  
Isaías Sánchez  
Isanchez@ciespal.net

#### CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Presidente  
Edgar Samaniego  
Universidad Central del Ecuador

Embajador Alejandro Suárez  
Delegado del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio  
e Integración

Dolores Santistevan de Baca  
Delegada del Ministerio de Educación

Héctor Chávez V.  
Delegado de la Universidad Estatal de Guayaquil

Antonio Aranibar  
Representante de la Organización de Estados Americanos

Patricia Ashton D.  
Representante de la Comisión Nacional de UNESCO para los  
países andinos

Vicente Ordóñez  
Presidente de la Unión Nacional de Periodistas

Fredy Moreno M.  
Representante de la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión

Wilfrido García  
Representante de la Federación Nacional de Periodistas

Fernando Checa Montufar  
Director general del CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL

Miembro de la Red Iberoamericana  
de Revistas de Comunicación y Cultura  
<http://www.felafacs.org/rederevistas>

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe en  
Ciencias Sociales y Humanidades  
<http://redalyc.uaemex.mx>

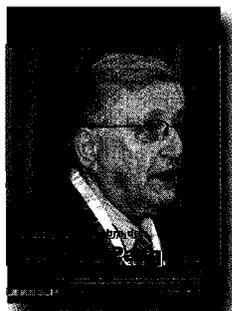
Impresión  
Editorial QUIPUS - CIESPAL

Todos los derechos reservados.  
Prohibida la reproducción total o parcial del contenido,  
sin autorización previa. Las colaboraciones y artículos  
firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores  
y no expresan la opinión del CIESPAL.

Teléfonos: (593-2) 250-6148 252-4177  
Fax (593-2) 250-2487  
web: <http://www.ciespal.net/chasqui>

Apartado Postal 17-01-584  
Quito - Ecuador  
Registro M.I.T., S.P.I. 027  
ISSN 13901079

## personaje



### Diálogo con la obra de Antonio Pasquali

Dr. Jesús María Aguirre s.j.  
Pág. 4

### Pasquali y la comunicación humana

Andrés Cañizalez  
Pág. 9

### Antonio Pasquali: Toda una vida promoviendo el Servicio Público de Radiotelevisión

Elizabeth Safar  
Pág. 13

### Antonio Pasquali: la vigencia de su pensamiento cuarenta años después

Migdalia Pineda de Alcázar  
Pág. 18

### O protagonismo de Antonio Pasquali na pesquisa-denúncia e sua influência sobre a Escola Latino-americana de Comunicação

Ana Paula Silva Ladeira Costa  
Maria Alice Campagnoli Otre  
Pág. 21

### Pasquali y las limitaciones del idioma

Jairo Lugo  
Pág. 25

### Elogio del pensar

Tanius Karam Cárdenas  
Pág. 29

## portada



Pensar la libertad desde los medios y la democracia

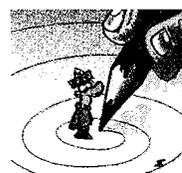
Katya Arce Rudón  
Pág. 34

### Rádio Comunitária e liberdade de expressão no Brasil



Rádio Comunitária

Cicilia M. Krohling Peruzzo  
Marcelo de Oliveira Volpato  
Pág. 39



### Agresiones a la libertad de expresión en México

Agresiones a la libertad de expresión en México

Brisa Solís Ventura e Iñigo Prieto Beguiristáin  
Pág. 43

### Libertad de expresión en Chile: Avances significativos de la década



Chile: avances significativos de la década

Lucía Castellón Aguayo  
Oscar Jaramillo  
Pág.

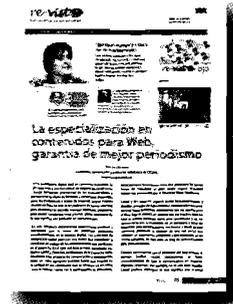
# Tabla de contenidos

## ensayos



La agenda temática digital de la prensa latinoamericana

Dr. Francisco Campos  
Lic. Diana Rivera  
Lic. Jenny Yaguache  
Pág. 64



La especialización en contenidos para Web, garantía de mejor periodismo

Hernán Espinoza  
Pág. 82



Libertad de expresión e información

Pablo Martínez Cousinou  
Aurora Labio Bernal  
Pág. 53



Análisis epistemológico de las investigaciones en comunicación de masas

Mgt. Brenda Di Paolo  
Pág. 69



Investigación en la comunicación y periodismo de investigación

Alexandra Ayala Marín  
Pág. 85



Deconstrucción de la libertad de expresión

Victor Silva Echeto  
Pág. 58



Posicionamiento profesional y techo de cristal de las periodistas en Argentina

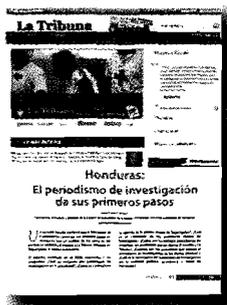
Alejandra Busto  
Pág. 72

## entrevista



Los medios no reflejan la realidad sino una construcción de ella

Entrevista de Raúl Salvador a Diana Cazaux  
Pág. 89



Honduras, el periodismo de investigación da sus primeros pasos

Juan Ramón Durán  
Pág. 78

Bibliografía	97
Ensayo fotográfico	100
Actividades del CIESPAL	101

# La agenda temática digital



## de la prensa latinoamericana

**Dr. Francisco Campos**

Profesor del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Santiago de Compostela, USC, España  
francisco.campos@usc.es

**Lic. Diana Rivera**

Profesora de la Universidad Técnica Particular de Loja, UTPL, Ecuador  
derivera@utpl.edu.ec

**Lic. Jenny Yaguache**

Profesora de la Universidad Técnica Particular de Loja, UTPL, Ecuador  
jyaguache@utpl.edu.ec

La agenda es el instrumento que filtra los temas relevantes que se publican en un medio de comunicación, de acuerdo con su ideología, cultura profesional, intereses e influencias externas. Sus encuadres seleccionan y resaltan acontecimientos del ámbito social que constituyen el foco de atención de la opinión publicada. El proceso alimenta y retroalimenta la opinión pública. Las teorías de la *agenda-setting* y del *framing* son líneas de investigación en las que más se ha trabajado en los últimos años pero que aún se deben revigorizar a la luz de los análisis de las nuevas prácticas de mediación (selección y ciberparticipación) que ofrecen los medios digitales. En este contexto podemos recordar que “la prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente qué tiene que pensar, pero sí lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tienen que pensar” (Cohen, 1963: 13, citado en Rodríguez, 2004:15).

Según el profesor e investigador puertorriqueño Eliseo R. Colón Zayas, que rememora un trabajo de Daniel Riffe en *Journalism and Mass Communication Quarterly*, “una de las áreas más fértiles en la investigación actual en periodismo y medios de comunicación envuelve el concepto de *framing*”. Colón Zayas resume dos definiciones del concepto, la de Todd Gitlin (*The Whole World is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*, Berkeley: University of California Press, 1980), que describe los *frames* como principios y teorías compuestas de selección, énfasis y presentación en torno a lo que existe, a lo que pasa y a lo que es importante; y la de William Gamson y André Modigliani (*The Changing Culture in Affirmative Action* en Richard y Margaret Braungart, eds., *Research in Political Sociology*, Greenwich, CT. JAI Press, 1987) como línea de pensamiento que provee sentido a un grupo de eventos en pleno desarrollo (Colón Zayas, 2009).

Una vez planificada la agenda temática, los medios encuadran las noticias de modo que pueda apreciarse el contenido pertinente para sus intereses y pasan a la “espiral del silencio” (Noëlle-Neumann, 1974) a aquellas otras que consideran que no lo son. Por su parte, Tankard (1991, citado en Giménez, 2006) menciona “una idea organizadora del contenido de las noticias, que provee un contexto y sugiere de qué se trata el tema en cuestión a través de la selección, el análisis, la exclusión y la elaboración de algunos de sus aspectos concretos”. Para llevar a cabo ese proceso, los medios trabajan con el esquema rutinario siguiente: concepción adecuada al medio e intereses empresariales-profesionales, planificación, espacio, titular, fotografía, contraste de fuentes, elementos de ciberparticipación y sección (territorio) a la que pertenece.

En virtud de ello, los medios de comunicación, que filtran la realidad al seleccionar y editar contenidos, construyen

la agenda temática en función de los criterios y medios disponibles. Actualmente, en esta fase de la era digital, ya son los medios electrónicos los que empiezan a abrir la agenda. Es decir, los temas que serán portada en la versión impresa entran primeramente por medio de la versión digital y, al mismo tiempo, se empiezan a alimentar y retroalimentar a través de los nuevos espacios de ciberparticipación que permiten a los usuarios la posibilidad de interacción.

Las versiones o ediciones digitales de los grandes diarios impresos tradicionales ya no van por detrás en las estrategias de tematización y encuadre de las mediaciones de la actualidad, esto lo pudimos comprobar mediante una investigación que registra la evolución de la estructura de la prensa digital de referencia en 19 países latinoamericanos. Se tomaron como muestra las ediciones *on line* de las principales cabeceras periodísticas de información general, seleccionándolas por países, según el volumen de circulación de ejemplares en base a una única fuente homogénea: el informe anual de la Asociación Mundial de Diarios (WAN).

La estructura de las ediciones digitales de la prensa escrita ha evolucionado, en mayor medida en los últimos años, y se ha ido adaptando a las tendencias cibermediáticas, según las distintas estrategias corporativas y las áreas territoriales de accesibilidad y alfabetización digital. Esa evolución se podría reflejar en el tránsito de la versión digital de la edición impresa al ciberdiario, es decir, a través de un nuevo medio que se aprovecha de la marca y algunas sinergias de producción para integrar contenidos y servicios propios de la *Web social* (*blogs, videoblogs, foros y participación*). La mayor parte de los diarios impresos destacan también, en sus ediciones digitales, los contenidos multimedia, que han incrementado notablemente en los últimos años, y recientemente sus intentos de vinculación con las redes sociales.

Los cibermedios emplean el ciberespacio para la difusión pública de informaciones periodísticas y se conciben como emisores de contenidos que tienen voluntad de mediación entre hechos y público, con características técnicas más amplias que las de los medios tradicionales. Comprenden características de multimedialidad, hipermedialidad, actualización permanente, simultaneidad, interconectividad e interactividad (ciberparticipación), virtualidad, ubicuidad, deslocalización, actualización, “despaquetización” o desestructuración, gestión automatizada, afiliación de redes sociales y web semántica (Campos, 2008:148).

La hipertextualidad y la multimedialidad brindan al usuario una perspectiva más amplia de la noticiabilidad, según algunos expertos. Los *links* y elementos

audiovisuales les permiten adentrarse al cibermedio, contextualizar y profundizar sobre los hechos, para "validar", de alguna manera, lo que el periodista presenta.

Con el objetivo de comprobar si los temas de la edición impresa marcaban el enfoque de las versiones digitales o viceversa, la investigación desarrolló el estudio comparado de la selección temática de las primeras páginas de las ediciones digitales e impresas de 19 principales cabeceras de la prensa latinoamericana: *Clarín*, de Argentina; *A Folha*, de Brasil; *El Deber*, de Bolivia; *El Mercurio*, de Chile; *El Tiempo*, de Colombia; *La Nación*, de Costa Rica; *Granma*, de Cuba; *El Universo*, de Ecuador; *Nuestro Diario*, de Guatemala; *La Prensa*, de Honduras; *La Prensa*, de México; *La Prensa*, de Nicaragua; *La Crítica*, de Panamá; *ABC Color*, de Paraguay; *El Comercio*, de Perú; *El País*, de Uruguay; *Hoy*, de República

Dominicana; *La Prensa, Gráfica* de El Salvador; y *Últimas Noticias*, de Venezuela.

## Algunos resultados

La evolución de la prensa iberoamericana, entre 2006 y 2008, podría calificarse de estancamiento o leve retroceso si nos guiamos por los datos de circulación registrados por la Asociación Mundial de Periódicos (*World Association of Newspapers, WAN*) mediante sus respectivos informes anuales de *World Press Trends* de 2007 y 2009. Estos informes son la fuente homogénea más integrada y fiable para establecer un marco comparativo porque nutre sus datos, principalmente, de los organismos verificadores de circulación y audiencias de cada uno de los respectivos países.

La suma de la circulación total de la prensa escrita iberoamericana en 2006 ascendía a cuatro millones 131 mil 249 ejemplares, en 2008 descendía a cuatro millones 104 mil 83 copias. Si a la relación de diarios iberoamericanos le restamos la circulación de los dos líderes de España y Portugal, la cifra de los latinoamericanos se queda en tres millones 582 mil 045 ejemplares en 2006 y tres millones 546 mil en 2008, lo que significa, igualmente, una ligera caída. En el informe de *WAN* de 2009, no consta la circulación del diario *La Prensa Gráfica* ni la de *Diario Hoy*, que figura en primer lugar de la clasificación en El Salvador, por lo que se le atribuye, aquí por lo menos, la misma del primero en la publicación de 2007. Ver a continuación cuadros 1 y 2.

De los 19 diarios latinoamericanos, fueron analizadas 133 noticias digitales y 38 de las primeras páginas impresas. El tema principal de primera página entró en primer lugar en nueve ediciones digitales (*El Clarín*, de Argentina, *El Deber*, de Bolivia; *El Universo*, de

**Cuadro 1.**  
**ESTRUCTURA DE LA PRENSA IBEROAMERICANA, 2006**

País	Núm. diarios impresos	Núm. diarios digitales	Primer diario en difusión	Lugar de edición	Año de fundación	Circulación	Multimedia
Argentina	182	134	Clarín	Buenos Aires	1945	381.045	Si
Brasil	532	223	A Folha	Sao Paulo	1921	299.000	Si
Bolivia	25	16	El Deber	Santa Cruz	1953	30.000	Si
Chile	59	46	El Mercurio	Santiago	1827	159.000	Si
Colombia	39	31	El Tiempo	Bogotá	1911	243.000	Si
Costa Rica	13	13	La Nación	San José	1946	100.000	Si
Cuba	18	25	Granma	La Habana	1965	400.000	No
Ecuador	35	22	El Universo	Guayaquil	1921	374.000	Si
España	139	89	El País	Madrid	1976	432.204	Si
Guatemala	10	10	Nuestro Diario	Guatemala	1996	280.000	Si
Honduras	6	6	La Prensa	Sula	1964	50.000	Si
México	313	225	La Prensa	México DF	1928	450.000	Si
Nicaragua	6	6	La Prensa	Managua	1926	50.000	Si
Panamá	7	10	La Crítica	Panamá	1958	45.000	Si
Paraguay	6	6	ABC Color	Asunción	1967	50.000	Si
Perú	86	38	El Comercio	Lima	1839	120.000	Si
Portugal	100	38	Correio da Manhã	Lisboa	1979	117.000	Si
Uruguay	28	15	El País	Montevideo	1918	46.000	Si
República Dominicana	9	9	Hoy	Santo Domingo	1981	85.000	Si
El Salvador	10	10	La Prensa Gráfica	Salvador	1915	70.000	Si
Venezuela	92	66	Últimas Noticias	Caracas	1941	350.000	Si

Fuente: Elaboración propia con información de World Association of Newspapers (World Press Trends 2007), con datos de 2006

Ecuador; *La Prensa*, de Honduras; *El Tiempo*, de Colombia; *La Prensa*, de México; *La Crítica*, de Panamá; *El País*, de Uruguay). Se refleja en los cuadros 3 y 4 de estructura de las *Web*.

Durante el estudio se elaboró un **Cuaderno de análisis de seguimiento de la actualización**, que no se reproduce por limitación de espacio pero que obra en el *dossier* completo de la investigación. Recoge la evolución comparativa de los titulares de las ediciones digitales e impresas de la muestra durante los días 19 y 20 de octubre de 2009, para ver en cuál de ellas entra cronológicamente primero la tematización de la actualidad informativa. Se tomó como referencia para la representación de la muestra de la noticia más destacada de cada una de las ediciones, con el fin de efectuar su seguimiento.

En la mayor parte de las ediciones digitales de los periódicos de referencia latinoamericanos, el enfoque del tema principal de la agenda entra por las versiones *on line*. Solo en cuatro ediciones impresas (*A Folha*, de Sao Paulo Brasil; *El Mercurio*, de Chile; *Granma*, de Cuba y *Nuestro Diario*, de Guatemala) prevalece el temario de la versión escrita sobre la digital.

Cuatro diarios (*ABC Color*, de Paraguay; *El Comercio*, de Perú; *La Prensa Gráfica*, de El Salvador y *Últimas Noticias*, de Venezuela) sobresalen por destacar temas distintos en sus respectivas ediciones digitales e impresas. Este dato resulta interesante en un escenario de diversificación de los contenidos redaccionales y de optimización de modelos de negocio. Se podría decir, pues, que la edición digital gratuita de estos cuatro diarios no compite directamente con su versión impresa de pago.

En el total de noticias de las primeras páginas

Cuadro 2.  
ESTRUCTURA DE LA PRENSA IBEROAMERICANA, 2008

País	Núm. diarios impresos	Núm. diarios digitales	Primer diario en difusión	Lugar de edición	Año de fundación	Circulación	Multimedia
Argentina	182	134	Clarín	Buenos Aires	1945	376.000	Si
Brasil	532	223	A Folha	Sao Paulo	1921	311.000	Si
Bolivia	25	16	El Deber	Santa Cruz	1953	15.000	Si
Chile	59	46	El Mercurio	Santiago	1827	175.000	Si
Colombia	39	31	El Tiempo	Bogotá	1911	361.000	Si
Costa Rica	13	13	La Nación	San José	1946	94.000	Si
Cuba	18	25	Granma	La Habana	1965	400.000	No
Ecuador	35	22	El Universo	Guayaquil	1921	374.000	Si
España	139	89	El País	Madrid	1976	435.083	Si
Guatemala	10	10	Nuestro Diario	Guatemala	1996	229.000	Si
Honduras	6	6	La Prensa	San P.de Sula	1964	50.000	Si
México	313	225	La Prensa	México DF	1928	315.000	Si
Nicaragua	6	6	La Prensa	Managua	1926	42.000	Si
Panamá	7	10	La Crítica	Panamá	1958	55.000	Si
Paraguay	6	6	ABC Color	Asunción	1967	50.000	Si
Perú	86	38	El Comercio	Lima	1839	199.000	Si
Portugal	100	38	Correio da Manhã	Lisboa	1979	122.000	Si
Uruguay	28	15	El País	Montevideo	1918	46.000	Si
República Dominicana	9	9	Hoy	Santo Domingo	1981	85.000	Si
El Salvador	10	10	Diario Hoy	Salvador	1915	70.000	Si
Venezuela	92	66	Últimas Noticias	Caracas	1941	300.000	Si

Fuente: Elaboración propia con información de WAN (World Association of Newspapers, World Press Trends 2009), datos 2008

impresas y digitales sobresale el tema político. En las ediciones digitales de los 19 diarios estudiados registramos 55 noticias de temática política y 13 en la versión impresa.

En segundo lugar, destaca la temática de sociedad, sobre la que localizamos 26 notas en las ediciones digitales y siete en las versiones impresas. Seguidamente, en las ediciones digitales, los temas que predominan son: sucesos, economía, justicia, deportes y educación. Es importante indicar que de las 133 noticias analizadas, solo una corresponde a la sección educación. En la edición impresa, luego de la sección sociedad encontramos sucesos, justicia y economía.

La frecuencia de actualización de la mayor parte de los

**Cuadro 3.**  
**PROMEDIO DE NOTICIAS PRIMERAS PÁGINAS IMPRESA Y DIGITAL**

País	Periódicos	EDICIÓN IMPRESA			EDICIÓN DIGITAL		
		No. de noticias	No. de fotos	No. de elementos de publicidad	No. de noticias	No. de fotos	No. de elementos de publicidad
Argentina	Clarín	7	2	2 publicidad del medio	24,6	17	10
Brasil	A Folha	4,3	3	1	10	10	14
Bolivia	El Deber	8	3	1	10,6	8	15 más 4 del diario
Chile	El Mercurio	13	10	2	12,3	8	3 más 4 del diario
Colombia	El Tiempo	9	5	10	17,3	6	11
Costa Rica	La Nación	4,3	1	1 publicidad del mismo diario	11,6	5	13
Cuba	Granma	5	3	0	8,3	1	4
Ecuador	El Universo	7,6	5	0	19,3	7	6 más 5 del diario
Guatemala	Nuestro Diario	2,6	3	2	2,6	3	2
Honduras	La Prensa	8,6	4	0	16,6	19	8
México	La Prensa	3	3	1	16	8	6
Nicaragua	La Prensa				24,3	17	9
Panamá	La Crítica	4,3	13	2	21,3	8	9
Paraguay	ABC Digital	6,3	1	1	29,6	22	13
Perú	El Comercio	11	5	2	14,6	2	6
Uruguay	El País	7	6		17,6	38	20
República Dominicana	Hoy	31			34,3	27	8
El Salvador	La Prensa Gráfica	3	9	2	5	15	17
Venezuela	Últimas Noticias	4	3	3	6,6	8	6

Fuente: Elaboración propia con información de las Web de cada medio. Octubre de 2009.

principales ciberdiarios latinoamericanos está directamente relacionada con la generación de información de actualidad inmediata, aunque mantienen unos parámetros medios de intervalo de entre dos a cinco horas. Otras cabeceras periodísticas condicionan su actualización a la publicación, primero, de sus informaciones principales en la edición impresa.

La media de noticias en las primeras páginas de las ediciones impresas es de 7,7 y de 15,9 en las versiones digitales, mientras que el número de fotos es de 4,6 en el primer caso y de 12 en el segundo. En las ediciones digitales destaca también el número de elementos de publicidad.



### **Bibliografía:**

Campos Freire, F. *Gestión de nuevas empresas periodísticas*, Universidad Técnica Particular de Loja. Ecuador: Editorial Universitaria. 2008.

Colón Zayas, E.R. "Del framing a las políticas de identidad: pensar la investigación en comunicación en tiempos de transición económica. El caso de lo latino y la sociedad del conocimiento", en Campos Freire, F.

(2009), ed.: *La gestión del cambio mediático*. Sevilla: Comunicación Social. 2009.

Giménez, P. *Una nueva visión del proceso comunicativo: La teoría del Enfoque (Framing)*. Universidad Francisco de Vitoria. 2006.

Rodríguez, R. *Teoría de la Agenda-Setting aplicación a la enseñanza universitaria*. España: CEE Limencop, S.L. 2004.