



# La COBERTURA SOCIAL de la prensa diaria en Uruguay

Por Victoria Gómez, Rosario Queirolo y Fernando Salas



¿Cómo debemos pensar lo social según los diarios uruguayos? ¿Con qué perspectiva? ¿Cuáles son los temas sociales que la prensa considera más relevantes? ¿Qué espacio les concede? ¿Con qué enfoque? ¿Quiénes son los protagonistas de las informaciones sociales? ¿Cuáles son las fuentes que consultan los diarios para problematizar los asuntos sociales? Estas preguntas importan, ya que la forma en que los temas son tratados por la prensa influye en cómo la opinión pública los percibe.

En este artículo presentamos las conclusiones de una investigación descriptiva, de carácter cuantitativo, sobre la cobertura de los temas sociales en la prensa montevideana. La misma fue desarrollada por un equipo de docentes y estudiantes de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Montevideo, durante el primer semestre de 2008.

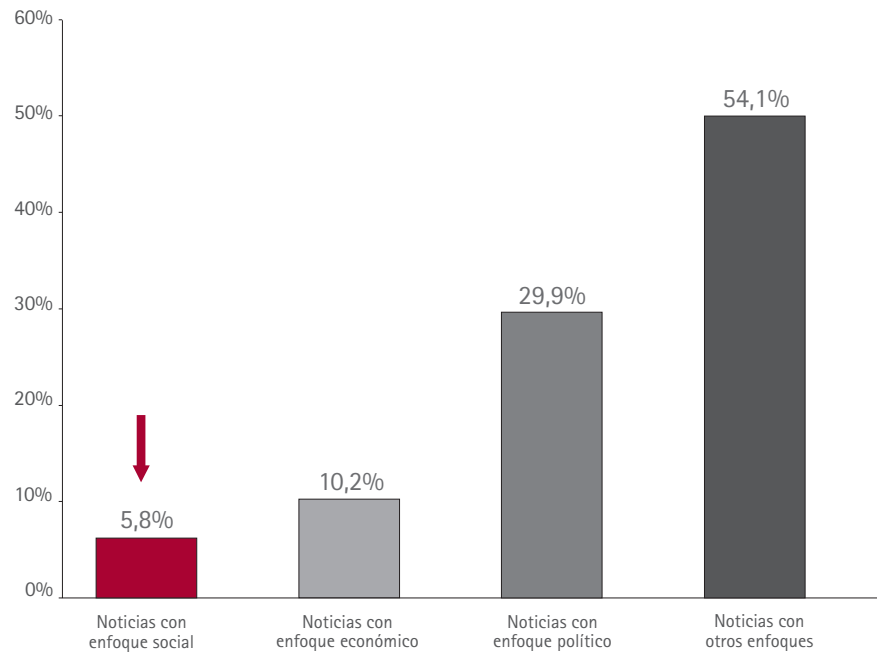
#### Un proyecto para analizar contenidos

La investigación comienza en 2007 con una experiencia piloto que tuvo como principal objetivo probar un código diseñado para el análisis de contenido en la prensa. Realizamos la prueba con todas las noticias de una edición de seis diarios uruguayos: *El País*, *El Observador*, *La República*, *Últimas Noticias*, *La Diaria* y *Plan B*. Los resultados de esta primera etapa indicaron la existencia de una fagocitación política de la información social, ya que ésta era analizada mayoritariamente desde una perspectiva política. Por tratarse del análisis de solo una edición de cada diario consideramos estos resultados como preliminares.

Durante el año 2008 comenzamos una segunda etapa de la investigación en la cual depuramos el código y extendimos el análisis a dos semanas de cobertura, del 3 al 16 de marzo de 2008, en los cinco diarios nacionales más importantes: *El País*, *El Observador*, *La República*, *Últimas Noticias* y *La Diaria* (no pudo incluirse *Plan B* porque dejó de editarse). La técnica que utilizamos fue el análisis cuantitativo del contenido de las

En la foto, Tabaré Vázquez, a los pocos días de haber sido elegido presidente, al salir de una reunión con el entonces presidente Jorge Batlle (Montevideo, 2004).

Gráfico 1. Enfoque de la información (sobre el total de notas de prensa)



Victoria Gómez, Rosario Queirolo y Fernando Salas::

Son profesores de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Montevideo, y quienes estuvieron a cargo de la investigación que resume este artículo.

Florencia Amaro, Paula Barquet, Natalie Cuckerman, Hugo Hernández, Marianela Lugano y Gabriel Pastor::

Son estudiantes del último año de la Licenciatura en Comunicación en la misma Universidad, y trabajaron como asistentes de investigación.

7.689 informaciones publicadas durante las dos semanas estudiadas.

En la investigación realizada nos interesaba distinguir del total de informaciones aquellas que fueron abordadas con un enfoque social, y no con un enfoque político, económico o deportivo, entre otros posibles. Consideramos que una información tiene enfoque social cuando:

- Se ubica en la sección de temas sociales, que en ocasiones es una sección exclusiva para ello y en otras es una sección híbrida donde también se presentan informaciones económicas y/o políticas.

- Cumple dos o más de los siguientes criterios: a) incluye causas o consecuencias sociales; b) se refiere a grupos, categorías, redes, instituciones o estructuras sociales; c) describe el contexto social o utiliza indicadores sociales.

#### Los temas sociales en la agenda de la prensa

Hay una importante presencia de informaciones sobre temas sociales en la prensa (30,9% del total de infor-

maciones), que es superior al total de informaciones sobre temas específicamente políticos (20,5%) o económicos (12,9%), aunque inferior al total de informaciones de deportes y espectáculos (37,5% de las informaciones).

Si bien la cantidad de informaciones sobre temas sociales es alta, solo una pequeña porción de éstas son analizadas con un enfoque social (5,8% del total de informaciones de la prensa; Gráfico 1).

La utilización del enfoque social es menor a la de otros enfoques, como el político (29,9% de las informaciones) o el económico (10,2% de las informaciones). Sin embargo, las informaciones que son tratadas con enfoque social son jerarquizadas y obtienen puntajes altos en otros indicadores que miden su importancia. Así, estas informaciones tienen una fuerte presencia en la portada (22,6% de las notas en portada), mayor que la que presentan los temas con enfoque político (18,4%), económico (18,4%), deportivo (20,3%), policial (10%) o de espectáculos (10,3%). A su vez, las informaciones con enfoque social suelen ser más extensas que las restantes: el 43,5% de las infor-



ciones sociales son abordadas en media página o más, frente al 28,2% de la totalidad de informaciones. Finalmente, un 14,9% de las informaciones con enfoque social se desarrollan en una página o más, frente al 9,4% del total de informaciones.

En términos de género periodístico, para la cobertura de lo social se utiliza más el reportaje, lo que implica que es abordado de manera más profunda. Este género se utiliza en un 15,1% de las informaciones sociales, frente a solo un 5,3% del total de informaciones. También se aprecia una mayor presencia de los temas sociales en géneros de opinión, salvo en los editoriales.

Por último, el porcentaje de informaciones sociales es constante entre lunes y sábados, y aumenta de manera importante los días domingos.

### Calidad de la cobertura social

Otra alternativa para revisar cómo la prensa jerarquiza los distintos temas es analizar la calidad del tratamiento de las informaciones. En el caso de nuestra investigación, los indicadores de calidad considerados fueron la presencia de un enfoque explicativo —con análisis de causas o consecuencias sociales de los hechos relatados—, la utilización de indicadores sociales, el uso de información de primera mano, así como el número de fuentes consultadas.

El 22% de las informaciones sobre temas sociales explora causas o consecuencias sociales, y un porcentaje menor, solo el 6,9% de estas informaciones, utiliza indicadores. El promedio de fuentes consultadas en la construcción de una información sobre temas sociales se encuentra ligeramente por encima de 1 (1,3); y la

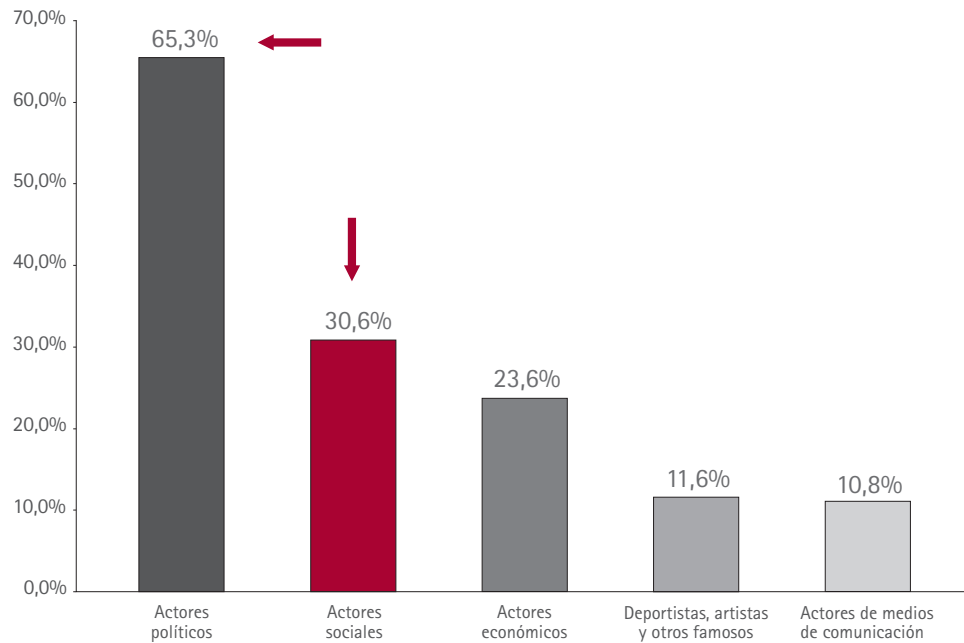


Estudiante del Plan Piloto de Alfabetización del Ministerio de Desarrollo Social (Mides) e integrante de la cooperativa Juan Cacharpa (Montevideo, 2007).

---

Fotos P. P.

Gráfico 2. Principales actores en las notas sobre temas sociales  
(los porcentajes no suman 100 porque algunas noticias presentan más de un actor diferente)



información de primera mano es empleada solo en el 27% de las coberturas de temas sociales. Es posible concluir, entonces, que hay mucho para mejorar en este terreno.

#### Actores y fuentes de la información periodística

Los actores con mayor presencia en las notas sociales son los políticos, seguidos, bastante más atrás, por los actores sociales (Gráfico 2). La presencia fluctúa entre la posibilidad de aparecer en la mitad de las informaciones (actores políticos) hasta una presencia en 1 de cada 5 informaciones (actores económicos). En particular, hay actores –tanto políticos como sociales– virtualmente inexistentes en la prensa: los integrantes de las instituciones de salud y de los organismos de contralor gubernamentales, de las instituciones educativas no gubernamentales, de las organizaciones de base, de las fundaciones y de las instituciones de salud no gubernamentales, entre otros.

Los políticos son las fuentes más consultadas, ya que 1 de cada 4 informaciones periodísticas presenta fuentes precedentes del mundo político. En el segundo lugar de las fuentes más consultadas se ubican otros

medios de comunicación y agencias de noticias. En tercer lugar, los actores sociales, mientras que aparecen menos frecuentemente como fuentes los actores del mercado, los artistas, los deportistas y otros famosos. Si se desagrupan estos actores, aparecen más claramente organizaciones que no encuentran el camino hacia los medios en calidad de fuentes, ya que lo logran en menos de 1 de cada 100 informaciones sociales. Se trata de instituciones educativas y de salud gubernamentales y no gubernamentales, organismos de contralor, instituciones religiosas, movimientos sociales, organizaciones profesionales, fundaciones y organizaciones de base, entre otras.

Los mayores generadores de informaciones para la prensa diaria son los políticos, seguidos de los artistas, los deportistas y los famosos. En forma conjunta, estos actores generan el 60% de las informaciones, mientras que los actores sociales generan el 21% y los del mercado aportan el 11%.

En más de la mitad de las informaciones, los actores sociales, económicos y políticos son presentados como actores, pero no como fuentes. Esta situación es más

Gráfico 3. Fuentes de información en las notas sobre temas sociales (sobre el total de notas sociales)

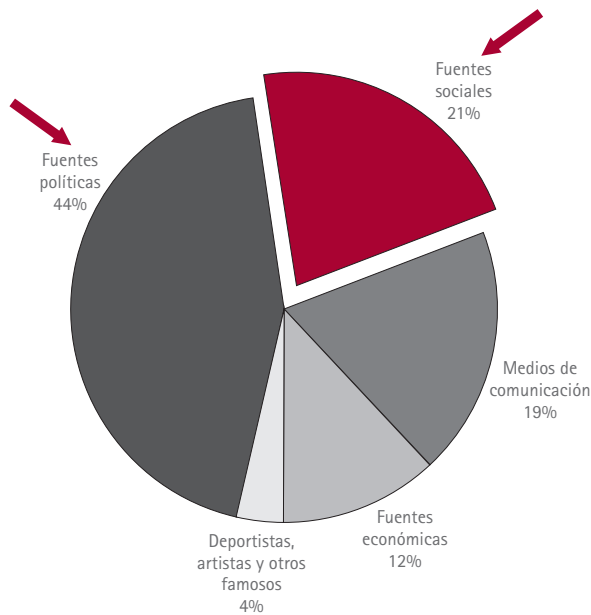
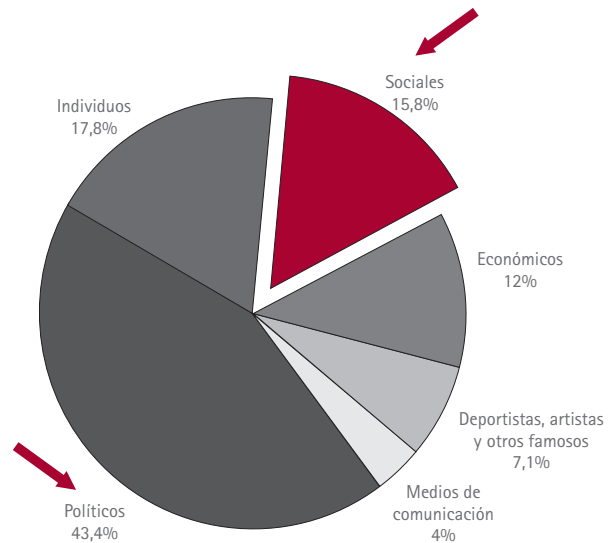


Gráfico 4. Generadores de información en las notas sobre temas sociales (sobre el total de notas sociales)



frecuente para los actores sociales, ya que 7 de cada 10 informaciones que los mencionan no los consultan. Con los actores políticos es menos frecuente, ya que 5 de cada 10 informaciones en que los mencionan no los consultan.

### La fagocitación política de los temas sociales

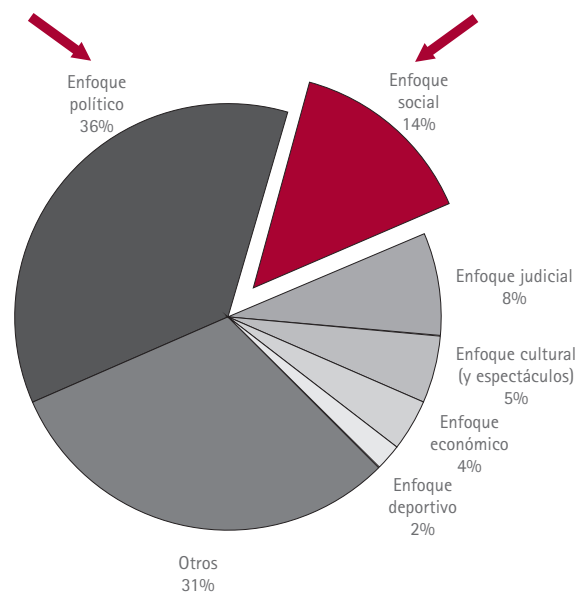
La hipótesis de nuestra investigación es que existe una fagocitación política de los asuntos sociales en la prensa diaria montevideana. La fagocitación tiene lugar cuando la información, el debate y la solución de diversos problemas en los campos sociales son analizados no desde un enfoque social, sino desde una perspectiva diferente, que en el caso uruguayo es fundamentalmente la política.

Para verificar la hipótesis recurrimos a cuatro indicadores:

1) Comparación entre el número de actores políticos y actores sociales mencionados en las informaciones sobre temas sociales.

2) Comparación entre el número de fuentes políticas y fuentes sociales consultadas en la cobertura de los temas sociales.

Gráfico 5. Enfoque de la información sobre temas sociales (sobre el total de notas sobre temas sociales)



1::  
G. O'Donnell: "¿Democracias delegativas?", en *Cuadernos del CLAEH*, N°61, Segunda Serie, Año 17, Montevideo, 1992.

2::  
L. Diamond: "Repensar la sociedad civil", en *Journal of Democracy*, n° 5, 1994, p. 2.

3) Comparación entre el número de informaciones sobre temas sociales generadas por actores políticos y por actores sociales.

4) Comparación entre el número de informaciones sobre temas sociales cubiertas con un enfoque político y con un enfoque social.

La evidencia analizada nos permitió verificar la hipótesis de la fagocitación política de los temas sociales, ya que en estos temas:

- Se mencionan más actores políticos que sociales. Los políticos están presentes en 2 de cada 3 informaciones mientras que los sociales en 1 de cada 3.

- Se consultan más fuentes políticas que sociales. El 44,4% de las fuentes consultadas son políticas, frente a un 20,8% de fuentes sociales (Gráfico 3).

- Las informaciones nacen fundamentalmente de las acciones o declaraciones de actores políticos: los políticos generan el 43,4% de las informaciones, mientras que los actores sociales solo el 15,8% (Gráfico 4).

- Las informaciones son cubiertas mayoritariamente con un enfoque político. El 36% de las informaciones sobre temas sociales es cubierto con un enfoque político, frente a un 14% con un enfoque social (Gráfico 5).

En resumen, en el total de informaciones sociales las que tienen un enfoque político representan el doble que las que tienen un enfoque social. Hay, además, el doble de actores y fuentes políticas que de actores y fuentes sociales, y el triple de informaciones generadas por actores políticos respecto a las generadas por actores sociales.

### Consideraciones finales

La hipótesis que la investigación piloto nos permitió formular, obtuvo sustento empírico en esta segunda etapa. La subrepresentación de la cobertura con enfoque social –que en aquella oportunidad correspondió a un

7,5% de informaciones sociales del total– es incluso más acentuada cuando se amplía el relevamiento a dos semanas de actividad periodística: 5,8% en este caso.

Si bien los temas sociales tienen una presencia importante, no se los analiza con un enfoque social, esto es, no se consideran causas o consecuencias sociales, actores o estructuras sociales, indicadores o información de contexto social. El enfoque que desplaza al social en la cobertura de los temas sociales es el político. Así, la cobertura de los temas sociales se hiperpolitiza y se centra en los cambios del ajedrez político, las opiniones de los actores políticos y sus estrategias, mientras que no están presentes de igual modo la sustancia de los problemas sociales, sus indicadores ni la indagación de las causas y consecuencias.

Sin perder de vista que la democracia representativa supone que "el pueblo" delega en sus representantes políticos las decisiones que asume el país, y muchas veces el debate que ello conlleva, recientemente se ha fortalecido el consenso sobre la insuficiencia de los controles horizontales entre los poderes del Estado, como indican estudios como el de Guillermo O'Donnell.<sup>1</sup>

El ciudadano, a través de la sociedad civil, debería ser capaz de promover, debatir y brindar soluciones a temas sociales que le atañen. Esta es la perspectiva de corrientes periodísticas como el Public Journalism estadounidense de los años noventa. Una cobertura de lo social que presta atención a su complejidad y a sus protagonistas sociales –además de los políticos–, contribuye a aumentar la transparencia, así como a mejorar la gestión gubernamental y la salud de la democracia.

Recordemos, con Larry Diamond, que "una vigorosa sociedad civil difunde una información considerable, ayudando así a los ciudadanos en el logro y la defensa colectiva de sus intereses y valores. Las organizaciones independientes pueden también dar a los ciudadanos información importante sobre las actividades del gobierno, que no depende de lo que el gobierno dice que está haciendo".<sup>2</sup> ■■