

Opinión

Adiós a un héroe silencioso

Hace unos días falleció el profesor norteamericano Maxwell McCombs. Es probable que muchos no lo conozcan, pero no cabe duda alguna de que se ven diariamente afectados por sus aportes claves a la Ciencia de la Comunicación, una disciplina joven y vigorosa que apenas cumple un poco más de medio siglo de existencia.

McCombs tuvo un rol importantísimo en el desarrollo inicial de la disciplina. En 1968, él y su colega Donald Shaw preguntaron a los votantes indecisos de cara a las elecciones presidenciales de ese año en Estados Unidos cuáles eran los problemas más relevantes que los afectaban. Al procesar los datos, el joven profesor de periodismo en la Univer-

sidad de Carolina del Norte descubrió una fuerte correlación entre la opinión de los electores y los asuntos que incluían los medios informativos en sus cobertu-

ras noticiosas cotidianas. Surgió así la Teoría de la Agenda Setting, una de las más influyentes en el campo de la Comunicación, que tiene como postulado

“Los vertiginosos cambios sociales y la incesante adopción de nuevas tecnologías abren un sinfín de objetos de estudio. Los efectos de las redes sociales y la irrupción de la inteligencia artificial son hoy los principales focos de interés de las investigaciones en comunicación, siempre a la espera de que aparezca un nuevo McCombs que vuelva a revolucionar la disciplina”.

principal que los medios no nos dicen cómo pensar, sino en qué pensar. Así, se dilucidaba por fin cuál es la influencia de los medios en las sociedades de masas. La conclusión de McCombs fue que ni tanto, ni tan poco: los medios no son capaces de manejar a su antojo a la opinión pública, pero tampoco son irrelevantes en cuanto a lo que esta debate y conversa.

En el poco más de medio siglo que ha transcurrido desde la aparición de la Agenda Setting, nuevas teorías han intentado profundizar en sus hallazgos para explicar empíricamente el rol de los medios en la sociedad. Una de ellas es la llamada “teoría del framing” (o encuadre), que postula

que las noticias que ofrecen los medios no son la realidad misma, sino más bien un marco a través del cual esta puede ser observada. O la teoría de la Cascada, que sostiene que, como una suerte de caída de agua, las élites políticas en la cima ponen los temas, luego los medios con sus noticias los amplifican y, finalmente, en la base, las audiencias las refuerzan o modifican, teniendo en algunos casos la capacidad de influir de abajo hacia arriba tanto en los mismos medios como en las élites políticas. A estas teorías se suman campos de estudio como el de los Usos y Gratificaciones, que investigan cómo, para qué y por qué los individuos utilizan los distintos medios de comunicación.

Francisco Tagle,
 Centro de Estudios de la Comunicación (ECLU) U.
 de los Andes



La Ciencia de la Comunicación no es sólo una ciencia relativamente nueva. También es extremadamente dinámica, porque los vertiginosos cambios sociales y la incesante adopción de nuevas tecnologías abren un sinfín de objetos de estudio. Los efectos de las redes sociales y la irrupción de la inteligencia artificial son hoy los principales focos de interés de las investigaciones en Comunicación, siempre a la espera de que aparezca un nuevo McCombs que vuelva a revolucionar la disciplina.