

Presentación

Este libro debe servir de apoyo a la investigación que deseamos consolidar en nuestros estudiantes. Por esto mostramos, diferentes miradas de investigadores de dedicación exclusiva que vienen reflexionando sobre las posibilidades del análisis de contenido en los medios de comunicación más cerca de lo cuantitativo que parte de la tradición del empirismo sociológico norteamericano, el análisis de los discursos desde la filosofía y una postura crítica a los estudios críticos europeos y finalmente, a ver la importancia de los enfoques desde la teoría de la Agenda *Setting* y el *Framing* mostrando la riqueza de estos modelos para la investigación de los procesos comunicativos.

Por otra parte, presentamos los pasos para el análisis de medios (prensa, radio, televisión y medios digitales) desde la experiencia de años en apoyo a la investigación formativa y propiamente dicha que ha aportado más de 62 trabajos de estudiantes de Comunicación Social y de Publicidad. Como resultado de lo anterior publicamos un capítulo que da cuenta de la construcción y desarrollo de un software con dos módulos de análisis: Agenda de Medios y Seguimiento de proceso electoral en prensa y televisión; un trabajo colaborativo de una investigadora del Grupo COMBA +ID, un estudiante de Ingeniería de Sistemas que se incorpora al proyecto como auxiliar de investigador y un investigador del GISOHA. Este software de nombre *Kritica 1.0* será una innovación tecnológica en apoyo a procesos formativos, investigativos y de consultoría a futuro. De hecho, ya está el equipo en el desarrollo de otros en función de análisis de la publicidad, la radio y los medios digitales y el mejoramiento de este en cuanto variables que el equipo ha reconsiderado en el análisis de prensa.

Finalmente, se presentan un trabajos de investigación aplicada: el informe sobre la agenda setting en medios locales (8) y nacionales (6) en Colombia durante 2019 (febrero-abril) e incorporó tres medios internacionales. Este trabajo, se hizo con la participación de todo el grupo de Análisis de Medios.

Esencialmente, los Observatorios de Medios se han centrado en los análisis de la circulación y el consumo, quedando el análisis de la etapa de producción un tanto rezagado al igual que en el tema de la interactividad entre públicos y medios. No obstante, este tipo de estudios viene tomando más interés ya que es una forma de intervención y mediación entre el deber ser de la Comunicación Social y la realidad misma.

En el suroccidente del país no hay en estos momentos, a saber, Observatorios de Medios, aun cuando son de gran importancia dado el peso tan grande que tienen los Medios de Comunicación en la Sociedad y la fuerza de la llamada cultura de la información.

El modelo del Observatorio de la Universidad Santiago de Cali tiene dos miradas:

- a) Organizacional, sobre estructura formal y rutinas de trabajo que nos aporta una característica general de un medio y puntos de partida para realizar estudios más particulares o comparados con otros medios, desde diferentes perspectivas.
- b) Crítico: Su énfasis es la interpretación crítica de los productos que generan los Medios de Comunicación desde diversos niveles:
 - Temáticos.
 - Audiencias.
 - Análisis crítico comparado de Medios.
 - Recursos expresivos o formales.
 - Análisis de contenido.
 - Análisis de interactividad comunicativa.

Los objetivos se enmarcan en a) Promover desde la academia los derechos ciudadanos en el tema de la información, b) Hacer seguimiento al tratamiento de la perspectiva de género y la inclusión de todos, c) Hacer monitoreo a la calidad informativa, d) Desarrollar seguimiento a la equidad en la participación en la construcción de agen-

das, e) Realizar análisis sobre el sistema de propiedad y el sistema de control y autocontrol de los medios, f) Analizar las posibilidades de acceso, creación y uso de los medios, g) Promover la diversidad y pluralismo en términos de la diversidad cultural, de idiomas, de género y de etnias, h) Minería de datos aplicada a la comunicación.

Esperamos que este libro enriquezca las reflexiones teóricas e incentive el trabajo colaborativo entre diferentes campos aparentemente distanciados. Este es un claro ejemplo de que sí es posible y es enriquecedor.

Pedro Pablo Aguilera

Coordinador del Observatorio de Medios USC