

# **LA AGENDA SETTING COMO GENERADORA DEL ENTORNO**

**Jesús Montesinos ([www.jmontesinos.es](http://www.jmontesinos.es))**



Joan Cruyff fue uno de los principales actores sociales que identificó el entorno como el único elemento no deportivo capaz de hacer perder o ganar al Barça en su tiempo y en la reciente y victoriosa época de Guardiola.

¿Y qué es el entorno? Cruyf señalaba a la prensa, a los intereses económicos de la directiva, a los intermediarios y a los seguidores cuando actuaban como masa en el Camp Nou.



Los directivos de las empresas deben tomar diariamente decisiones. Y por encima de sus propias capacidades e incluso los intereses de sus propias empresas hay un entorno que influye en la dirección, rapidez y criterio de esas decisiones.

Si el entorno es negativo, pesimista, con un futuro negro. Si le ejecutivo se levanta todos los días recibiendo el mensaje de que esto se hunde, ¿Cómo va a tomar decisiones que lleven a su empresa a mejorar y crecer??

Una gran multinacional de la consultoría lo ve así: <http://youtu.be/XUFMxmloFRc>

- ¿Por qué tenemos los españoles esa visión tan negativa?
- ¿Por qué nuestro entorno es tan pesimista?
- ¿Por qué parece que todos los días llegue el fin del mundo?



Más allá de las profecías del Calendario Maya, lo cierto es que cada día parece que todo se acabe y cada día estamos más vivos y, como dice el video de la consultora, cada día renacemos con más ánimo.

- ¿Qué es lo que pasa?
- Y ahí es donde está la respuesta a la capacidad de influencia de nuestro entorno.
- ¿Quién anima nuestro entorno?

Para los muy interesados les recomendaría leer algo de la sociología funcionalista, que explica cómo pueden generarse comportamientos, actitudes, emociones y conductas a partir de unos códigos.

Sin ánimo de entrar en el fondo de la cuestión, el ejemplo más reciente ha sido el de la manifestación de la Diada en Catalunya. Por encima de razones económicas o políticas, se ha generado en los últimos años un código que mueve sentimientos: la independencia. ¿Es mayoritario? ¿Es real? ¿Es justo? ¿Es legal? Hay sentimientos. Emociones.



Les podría poner otros ejemplos de cómo  
generar un entorno manipulable:

La imagen de los bancos

La empresa como especuladora

Salir a trabajar al extranjero

- ¿Pero quién crea esos códigos?
- Hay unos que se conforman durante años (**el sentido de la propiedad en la vivienda**). Y otros que se conforman en el día a día. Y ahí está el video que les puse al principio.



A partir de esa  
sociología  
funcionalista este  
señor Maxwell  
McCombs establece  
la AGENDA SETTING.



Medios, políticos, intereses generan una agenda de hechos, noticias, sentimientos, valores...unos códigos que se trasladan a la agenda pública.

Esto es la Agenda Setting:

<http://youtu.be/sW8sqtWi5Cw>

Pero atención:

Los medios no dicen a la gente qué pensar **SINO**  
**SOBRE QUÉ TEMAS HACERLO**

Los medios establecen la jerarquía de los temas  
**EN QUE PENSAR.**

**LOS MEDIOS RETROALIMENTAN LOS TEMAS Y**  
**SE RETROALIMENTAN DE ELLOS.**



Y cuando hablo de medios hablo de todos los SOPORTES.

Desde las redes, a las vallas hasta la música, el teatro o las manifestaciones de los indignados.

NIETSCHE ya decía en EL OCASO DE LOS IDOLOS que el lenguaje conforma la realidad. Lenguaje verbal, escrito, gestual, emotivo...

Pero quién maneja la AGENDA SETTING.

¿Los hombres más poderosos del planeta?



La verdad es que no veo a ninguno de todos ellos o a todos juntos dedicados a generar agendas mediáticas y colectivas más allá de sus intereses concretos.

Pero lo cierto es que si sumamos los intereses de cada uno de estos y de cada español sacaremos información suficiente para saber por qué el entorno se comporta de una manera o de otra.(Recuerden la sociología funcionalista)

La agenda Setting es pues la suma de una cantidad de códigos que acaba conformando ese entorno.



La opinión pública se conforma con este maremágnum que impactos. Y decide convertirlos en códigos a partir de sus propios intereses más simples. No va más allá.

El código de pertenencia lleva a tener un aeropuerto en cada provincia, una universidad, una piscina en cada pueblo y todos una casa.

Hacienda es el Gobierno, no la suma de  
nuestros impuestos

Por estudiar ya se tiene derecho al trabajo

Lo gratis genera derechos. A la sanidad, a la educación, a las carreteras, a los polideportivos...

Sin crédito no hay empresa

Otros deben pagar más por el gas. Nosotros no.

Que vengan extranjeros y empresas a España.  
Pero las nuestras y nuestros jóvenes que se  
queden aquí.

El gobierno debe remontar la crisis sin  
cambiar nada.

Nuestros jóvenes no tienen futuro

Los políticos son inoperantes y unos corruptos

Los bancos son unos mafiosos

Las empresas nos explotan

Las reformas van contra los derechos



Y se traduce en  
titulares,  
comentarios de  
radio, series en TV,  
notas en Facebook  
Y pesimismo, y el fin  
del mundo cada día.

**Y ya tenemos el bucle melancólico que se retroalimenta**

**¿Qué hacer ante este bucle?**

**¿Cómo hacer frente a esta tormenta perfecta que nos deprime?**

**¿Cómo desconectar de tanto ruido??**

Este país ha derivado a una insoportable levedad en sus decisiones. Por eso reina este entorno tan negativo. Ni circula la información cualificada.

La información que circula es superficial,  
tendenciosa y banal. Todos sabemos de todo y  
todos defendemos nuestro cantón.

**Solo veo una alternativa.**

**Información, información y transparencia.**

¿Por qué no estudiar las nuevas tendencias del consumo antes de abrir una tienda??





¿Por qué no observamos los gustos del cliente antes de fabricar lo de siempre???

¿Por qué el temor a fabricar en otros lugares que dan mejor precio??



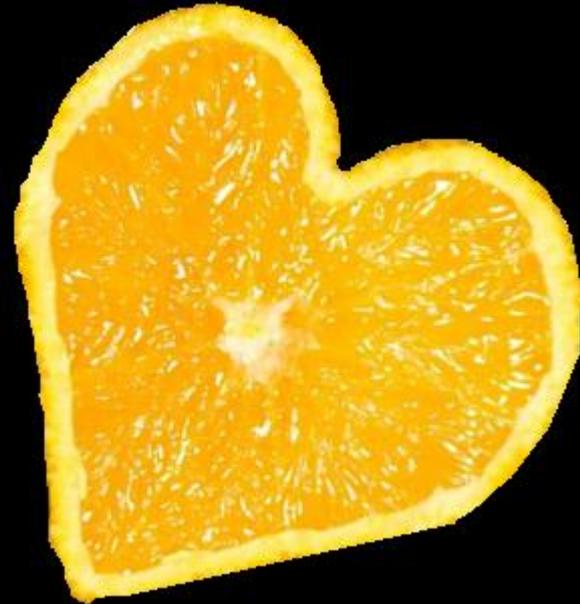
¿Por qué no admitir una nueva forma de plantearse la sociedad, la empresa o los hábitos??

(libro Josu Ugarte  
(Mondragón) COMO  
SALIR DE LA CRISIS..

Polígonos industriales en  
China...)



¿Por qué no admitir que la empresa también son emociones???



**¿Y porque no utilizar otro sistema de venta??**

**<http://www.youtube.com/watch?v=m25IW5T3>**

**ftw**

En fin.

**¿Por qué es más importante el ruido que monta un tertuliano que desconoce de qué va, que la demanda del mercado, la estrategia de la empresa o la capacidad productiva de un negocio?**

Jesús Montesinos ([www.jmontesinos.es](http://www.jmontesinos.es))