

# La cobertura noticiosa de la ciencia en la prensa gráfica de Patagonia

*Coverage news of science in newspaper from Patagonia*

Daniel Pichl

*UNPSJB – FHCS*

dpichl@unpata.edu.ar

Guillermo Spina

*UNLAM-CIECOS*

spinaguillermo@gmail.com

## Resumen

La producción científica en la Argentina tiene a los organismos nacionales como actores principales de su desarrollo. Los estudios de percepción de la ciencia del Observatorio Nacional de Ciencia y Tecnología (2006) muestran que la temática es de interés para la población. Para conocer la cobertura periodística de las informaciones de ciencia de los diarios patagónicos (*Río Negro*, *El Patagónico*, *La Opinión Austral* y *El Sureño*) representativos de la Patagonia Argentina, se analizan las notas publicadas durante el año 2015 a partir de la técnica de la semana construida.

## Abstract

The scientific production in the Argentina have national organizations as major actors in this development. Studies of perception of the science of the National Obser-



vatory of Science and Technology (2006-2009) show that the subject is of interest to the population. To find out, the media coverage of the information of science of Patagonian newspapers (*Río Negro*, *El Patagónico*, *La Opinión Austral* and *El Sureño*) representative of the Patagonia Argentina, published notes are analyzed during the year 2015 from the technique of the week built.

### Palabras claves

Agenda setting, análisis de contenido, prensa gráfica, ciencia

### Keys words

Agenda setting, content analysis, graphic press, science

## Introducción

La decisión de analizar la cobertura de la comunicación pública de la ciencia en los diarios de Patagonia descansa en varios factores. En primer lugar, se asume que los medios gráficos son centrales en la configuración de la agenda pública de temas, al ser los principales constructores de realidades noticiosas mediante estrategias de selección y jerarquización de fuentes y actores.

La investigación se centra en analizar los contenidos sobre la comunicación pública de la ciencia publicados por los diarios que se editan en la Patagonia Argentina, y para ello se seleccionaron los siguientes diarios: *Río Negro*, *El Patagónico*, *La Opinión Austral* y *El Sureño*.

Los diarios seleccionados poseen como punto en común su identificación con la región donde se encuentran insertos, en relación con sus propias marca de medio, recurriendo a referencias geográficas ya sea de la región donde se encuentran insertos, como es el caso de *El Patagónico* (Chubut), *El Sureño* (Tierra del Fuego), o *La Opinión Austral* (Santa Cruz) o a la provincia de pertenencia, como es el caso del diario *Río Negro*.

## Antecedentes

El Observatorio Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva (2006) plantea la ausencia de trabajos académicos que analicen la cobertura de ciencia y tecnología en las diferentes regiones del país, y esto ha ayudado a sostener el argumento de que hay poco contenido de ciencia y tecnología en los diarios.

Entendemos que esta afirmación se ajusta a la realidad, aunque hasta el mo-

mento no era fácil contradecirla al no existir indicadores de fuentes confiables o producto de investigaciones con rigurosidad científica. En efecto, partimos de la inferencia de que así como la tendencia internacional fue variando y los principales diarios del mundo han incorporado a estos temas como parte de su agenda, esta situación también debería haber tenido una repercusión en los diarios de la Patagonia.

En ese contexto, la comunicación pública de la ciencia constituye un ámbito de importante producción teórica, de prácticas académicas y estrategias emanadas de programas de divulgación de las instituciones de ciencia y tecnología, así como de las de educación superior.

La Comunicación Pública de la Ciencia implicaría una comprensión del contenido sustantivo y de las prácticas metodológicas de la ciencia (Miller et al., 1998). De esta manera, el público demostraría cultura científica cuando es capaz de asimilar los contenidos propuestos por la ciencia, idea que expresa el modelo más difundido de la relación asimétrica entre expertos científicos y público, y el déficit cognitivo de éste.

También se debe distinguir entre divulgación y comunicación; según el Diccionario de la Real Academia Española divulgar es publicar o poner un conocimiento al alcance del público. Sin embargo, en el contexto comunicativo, la acepción es más amplia: para que el público tenga realmente acceso a ese conocimiento no basta sólo con transmitirlo; el verdadero conocimiento llega con la explicación de las circunstancias que concurren, así como del hecho en sí.

Se considera que al atravesar en la actualidad por un período de revaloriza-



ción de las políticas de comunicación, deben matizarse las diferencias entre periodismo y divulgación científica. En definitiva se busca que la sociedad aspire a un objetivo común: una mayor apropiación social de la ciencia y la tecnología.

En este sentido el informe del Observatorio Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva (2006) afirma que los medios más importantes y poderosos económicamente (*Clarín* y *La Nación*) tienen la mayor intensidad de cobertura de los temas de ciencia y tecnología. La distribución de los artículos por áreas del conocimiento señala que las ciencias médicas y las ciencias exactas y naturales concentran en conjunto la mitad de la muestra.

Coincidente con lo anterior, la existencia de un patrón regular de publicación sostenido en el tiempo nos permite afirmar que la ciencia y la tecnología se han transformado en parte del menú informativo de estos dos diarios que se editan en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Spina, 2013; Observatorio Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva, 2006).

En términos generales, en ocho de cada diez ediciones analizadas por el Observatorio Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva (2006) hay al menos un artículo científico, así como existe un promedio de dos textos por edición. Entre los temas que llegan a publicarse como artículos de tapa (10%) los de origen nacional lo hacen el doble de veces que los de América del Norte y cuatro veces más que los de Europa.

Con los datos de la investigación<sup>1</sup> que aquí se presentan se busca determinar si existen relaciones entre la agenda de los medios de comunicación gráfica

de Patagonia y la publicación de artículos de ciencia. También se pretende comprobar qué disciplinas científicas obtienen mayor cobertura periodística.

Vale recordar que en esta región se encuentran afincadas seis universidades nacionales<sup>2</sup>, Centros Científico-Tecnológicos que dependen del CONICET<sup>3</sup>, el INVAP y el Centro Atómico Bariloche (CNEA-UUNN), entre otras instituciones de investigación científica y tecnológica, por citar algunos ejemplos.

La investigación analizó qué publicaron los medios gráficos que se editan en Patagonia sobre ciencia, considerando los periódicos *Río Negro*, *El Patagónico*, *La Opinión Austral* y *El Sureño* como diarios representativos en diferentes áreas de influencia geográfica de Patagonia.

Es decir: no se tomaron diarios por provincias, ya que por ejemplo el diario *Río Negro* cubre la zona del Alto Valle de los ríos Negro y Colorado, los que atraviesan las provincias de Neuquén, Río Negro y sur de Buenos Aires. Es considerado el diario de referencia en dichas provincias, donde tienen sedes las universidades nacionales del Comahue y Río Negro, sin olvidarse de los Institutos Balseiro, INTA, INVAP y la CNEA, entre otros. Según el IVC (Instituto de Verificación de Circulación) el domingo tiene una tirada de 50.000 ejemplares. Es el primer diario que se publicó en Patagonia en 1912 y continúa.

Otro de los medios gráficos es *El Patagónico*, fundado en 1967, pero que viene experimentando una revitalización como empresa informativa y es el encargado de imponer la agenda regional a otros medios que forman parte del grupo

Indalo Media. El área de influencia de este medio es Chubut y la zona norte de Santa Cruz, si bien comparte agenda con los demás medios que integran el grupo a nivel local (radios FM, Canal 9, Editorial Polar) y nacional (Minuto Uno, C5N, Ámbito Financiero, Buenos Aires Herald, Radio 10, Radio Mega 98,3, Pop Radio, Ideas del sur, La Corte y Pensado para Televisión). La tirada es de 4.000 ejemplares durante los días de semana y 10.000 los domingos.

El tercer diario a estudiar es *La Opinión Austral*, cuya área de influencia es la Patagonia sur, y centro de Santa Cruz. Es el diario más antiguo (1959) que se publica en Santa Cruz con una tirada de aproximadamente 3.500 ejemplares. Desde su origen es una empresa familiar que en la actualidad es dirigida por la tercera generación. Desde hace 10 años publica una página con información de actividades que se desarrollan en la UNPA.

En la isla de Tierra del Fuego, donde lo geográfico como lo histórico y lo demográfico, tienen características peculiares que la diferencian de las demás provincias argentinas, se tomó como referente *El Sureño*, medio que se publica en la ciudad de Río Grande. Arnoldo Canclini (2011) afirma que el escaso desarrollo poblacional de la ciudad de Río Grande impedía el desarrollo de empresas periodísticas, ya que no contaban con el público necesario. Esto se modifica en las últimas décadas con la mejora en las comunicaciones digitales.

Una particularidad de los medios gráficos que se publican en la Isla de Tierra del Fuego es que los fines de semana rotan su publicación. Es decir, *Tiempo Fueguino* no sale los viernes y *El Sureño* y *Provincia 23* no se editan los sábados y los domingos. Según Canclini

(2011) Río Grande sigue manteniendo un buen número de publicaciones, de manera tal que rivaliza y por momentos supera a la capital (Ushuaia). El aumento en la población estable produce un mayor interés en la información, pero debe hacerse la salvedad de que eso no implica un auge en el periodismo, sino en la aparición de numerosos portales digitales. Los medios de la isla se distinguen por lo efímero de sus vidas: ningún medio supera los 30 años.

### Población y Unidad de Análisis

El universo de datos y la población de análisis se conformó con todas las noticias referidas a comunicación pública de la ciencia, de los cuatro diarios patagónicos seleccionados (*El Patagónico*, *Río Negro*, *La Opinión Austral* y *El Sureño*). En la recolección se tuvieron en cuenta la disposición de los temas en las tapas y en el interior, entendiendo que la agenda mediática es limitada en espacio y en ella los temas “compiten” por conseguir un lugar (McCombs, 2006). La unidad de muestreo se construyó con 14 ejemplares de cada diario, en las fechas correspondientes a dos “semanas construidas”<sup>4</sup> durante los meses de enero a diciembre de 2015.

En primera instancia se hizo una distinción y clasificación de las notas publicadas, para descartar aquellas que no fueran noticias de ciencia y que, obviamente, no representaban el objeto de estudio. Así, lo más importante para esta investigación estaba constituido, únicamente, por las noticias de comunicación pública de la ciencia que publicaron los medios gráficos seleccionados para el estudio. Por lo tanto, la unidad de análisis de la investigación era la noticia misma y en la cual se daba cuenta de su interés por el asunto.



Las muestras tienen la finalidad de ser una pequeña parte de la población o de todo el universo de datos, que poseen la facultad de arrojar datos representativos y por lo tanto iguales de valederos o eficaces, teniendo presente la magnitud de la población. Así, en muchos trabajos referentes a los medios de comunicación, la obtención o selección de una muestra probabilística es una tarea muy común.

Sin embargo, tal como lo reflejan Wimmer y Dominick (1994) “la selección de la muestra tiene que seguir un procedimiento normalizado y cada uno de los elementos ha de tener idénticas posibilidades de ser incluido en el análisis” (Wimmer y Dominick, 1994, p. 17). De esta manera, creímos conveniente llevar a cabo la selección de dicha muestra a través de la semana construida para el análisis de contenido de los medios de comunicación (Krippendorff, 1990; Stempel, 1989). Se trata de una metodología de muestra aleatoria y estratificada que ha presentado evidencias estadísticas que avalan su efectividad para el análisis de contenido frente, por ejemplo, a un muestreo aleatorio simple (Lacy et. al., 1995).

El análisis de contenido de cada noticia, se convierte en una muestra representativa estratificada-sistemática de las ediciones de cada diario. En cada caso y tras escoger una fecha aleatoria de partida, se seleccionó al azar un lunes, un martes, un miércoles, un jueves, un viernes, un sábado y un domingo de cada semestre durante el período de un año calendario, cuidando que cada uno de los meses del año se viera representado al menos por un día. Esto significa que se construyó una semana por cada medio año.

Entre tanto, variaciones diarias y mensuales son factores importantes para tener en cuenta en el análisis de conteni-

do (Nehuendorf, 2002), y de esta manera se dividió el año de la muestra en dos set de seis meses, seleccionando al azar una fecha de partida para cada período. Después, y usando un intervalo de 4-5 semanas, se seleccionó la siguiente semana, la que corresponde al siguiente mes. Con tal metodología de construcción de semana, cada mes del año descrito por la muestra está representado por una fecha contemplada en la primera semana de cada mes.

Como la medición duró un año, por lo tanto doce meses implicaron doce días seleccionados, por lo que para completar las semanas construidas se sumaron los dos domingos iniciales de cada semestre analizado, de manera que la elección de los dos días complementarios sea aleatoriamente concordante con cada semestre de la muestra, y por lo tanto no presente ningún sesgo de subjetividad o intencionalidad sobre la muestra.

### Análisis de la Muestra

Una vez determinada la muestra, procedimos a la identificación de la unidad de análisis identificando los ítems noticiosos. De esta manera, creímos que lo conveniente a partir de esta instancia era comenzar con el propio apartado del análisis mismo de contenido.

La metodología del análisis de contenido comenzó a utilizarse en los años '20 y '30, a partir del interés puesto en la relación entre opinión pública, propaganda política y estructura política (Arugete, 2015). En ese momento, su nombre era “análisis cuantitativo de periódicos”. Los primeros análisis sistemáticos los realizaron Lasswell, Berelson y Lazarsfeld, en el marco de los estudios de comunicación política, cultura mediática y comportamiento electoral.

El análisis de contenido permite realizar inferencias reproducibles y válidas sobre fenómenos distintos a los directamente observados. Mediante mecanismos lógicos, el analista saca deducciones sobre la porción de la realidad social a la que alude la información disponible, así como el contexto en que la misma es producida (Krippendorff, 1990).

A partir de la propuesta metodológica, de Igartua, Muñiz y Cheng (2010) tomamos dicho trabajo y definición para trasladar ciertas aproximaciones a nuestro estudio y sostener que la definición operativa de encuadre noticioso para esta investigación es la que sigue:

*El encuadre noticioso (Aruguete, 2015) de la comunicación pública de la ciencia de los medios gráficos de la Patagonia remitió a la perspectiva o tratamiento de la información que se manifestó en la elección o importancia atribuida a diferentes elementos relacionados con la ciencia, los productos de transferencia de la ciencia, las consecuencias que pudieran acarrear en los sectores sociales a partir de algún desarrollo y la contribución económica que el sector aporta en el País.*

## Resultados

El relevamiento de los diarios de Patagonia, a lo largo de dos semanas construidas, arrojó una muestra de 65 noticias publicadas que hacen referencia a la comunicación pública de la ciencia.

La codificación de la muestra consistió en asignar al total de noticias que conformaban el universo de análisis un valor y a través de la plantilla del libro de códigos, se estableció la presencia o ausencia de cada uno de los elementos.

Posteriormente, cada una de las noticias codificadas siguiendo el modelo establecido de la escala de variables fueron transcritas y, a partir de allí, obtuvimos los resultados finales.

### *Días de la semana*

De las 65 noticias finales (100%) surge que los días viernes se publicaron 29,23% de las notas y los domingos 18,46 %, constituyéndose ambas como las jornadas con mayor número de notas referentes a la comunicación pública de la ciencia. Por otro lado, los lunes y jueves se publicaron 13,85% de notas, mientras que los miércoles 10,77%, tal como se puede ver en el Gráfico N.º 1.

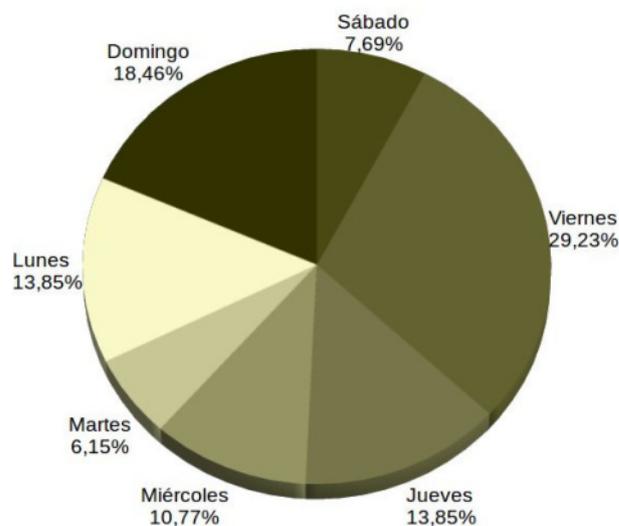


Gráfico N.º 1. Días de publicación

Se podría establecer que la distribución de información de ciencia se incrementa hacia los fines de semana, relacionándolo con la disminución de la producción periodística correspondiente a la agenda política, aunque esta tendencia no se sostiene los sábados, días en que los índices de publicación bajan al 7,69%. El martes, con 6,15%, fue el día con menos publicación científica.

En el caso del diario El Patagónico, el incremento de noticias los viernes se debe a la edición del suplemento Bienestar, que publicó el 50% de las notas de ciencia de dicho medio. En cambio, en el caso del diario Río Negro, la distribución de notas a lo largo de toda la muestra es más homogénea, siendo el único diario de la región que publicó noticias científicas todos los días de la semana con un flujo similar y constante, como se nota consigna en la Tabla N.º 1.

### *Tamaño de la noticia*

En lo que al tamaño de la información se refiere, en la mayoría (27,69%) de los casos las noticias científicas tuvieron una extensión de más de media página, seguida por página completa (24,61%), y entre media y un cuarto de página (23%). Una lectura de estos indicadores en forma desagregada muestra que a la ciencia, cuando es abordada desde los medios, se le otorgan espacios significativos en la mayoría de los casos, dado que más de la mitad de los artículos (52,29%) apareció en página completa, o en más de media página.

En cuanto a la jerarquización de las noticias científicas por parte de las editoriales de los diarios analizados, tomando la variable que indica en qué parte del diario fueron publicadas, se observa que tres cuartas partes (75,4%) de las noticias se publicaron en el cuerpo principal, y si analizamos el tratamiento visual que se le dio al ítem noticioso, advertimos que en el 49,2% estuvieron acompañadas con algún tipo de imagen (fotos, dibujos o gráficos) propia de la información.

Pero, si bien los anteriores datos permitirían inferir ciertos privilegios de las notas científicas en su tratamiento y jerarquización, una variable que proporciona un dato opuesto, es la que indica que el 64,6% de las noticias que se publicaron en los diarios patagónicos fue en páginas par, y tan solo el 35,4% en páginas impar.

Ahora bien, los datos acumulados del análisis de contenido permiten sólo descripciones globales del tipo de cobertura, pero no dan razón del porqué de la misma. Para esto se recurrirá en un pró-

	Río Negro	El Patagónico	La Opinión Austral	El Sureño	Total
Lunes	13,04 %	15,00 %	0,00 %	37,50 %	13,85 %
Martes	8,70 %	0,00 %	7,14 %	12,50 %	6,15 %
Miércoles	17,39 %	5,00 %	7,14 %	12,50 %	10,77 %
Jueves	17,39 %	10,00 %	7,14 %	25,00 %	13,85 %
Viernes	17,39 %	60,00 %	14,29 %	12,50 %	29,23 %
Sábado	13,04 %	5,00 %	7,14 %	0,00 %	7,69 %
Domingo	13,04 %	5,00 %	57,14 %	0,00 %	18,46 %
Total Casos	23	20	14	8	65

Tabla N.º 1. Publicación según día de la semana por Diario (en %)

ximo proyecto que permitirá conocer el encuadre que los medios patagónicos otorgan a la comunicación pública de la ciencia.

### *Relación Imagen / Texto*

Al analizar la relación entre texto/imagen, surge una relación balanceada entre las noticias y las imágenes en el 27,69% de los artículos. También se marcó un claro predominio de las imágenes respecto al texto en el 24,62% de las noticias; como contrapunto las informaciones con solo texto fueron el 36,92%.

### *Producción de la Información*

Esta variable nos permitió identificar el agente que produce el contenido noticioso. Las categorías de la misma son: Periodista, Redacción, Corresponsal, Agencia de noticias, Otro medio / Divulgador. Esta variable es relevante para el estudio al indicarnos la calidad de la producción periodística.

Según Denis Mc Quail (1998), la fuente de información, es la materia prima de las noticias, son actores que suministran datos en su calidad de integrantes de grupos o sectores con algún grado de interés en el asunto, aun cuando parezcan remotamente alejados de éste. Pero el real acceso de las fuentes a las agendas mediáticas depende del tipo de actores de que se trate, de su nivel político, sociocultural y económico, y su cercanía al poder oficial.

Por su parte, Bennett acuñó el término "Indexing" para referirse al orden que los profesionales de la información asignan a la gama de voces y puntos de vista en sus noticias. Tal estructuración de temas y fuentes, señala el autor, suele

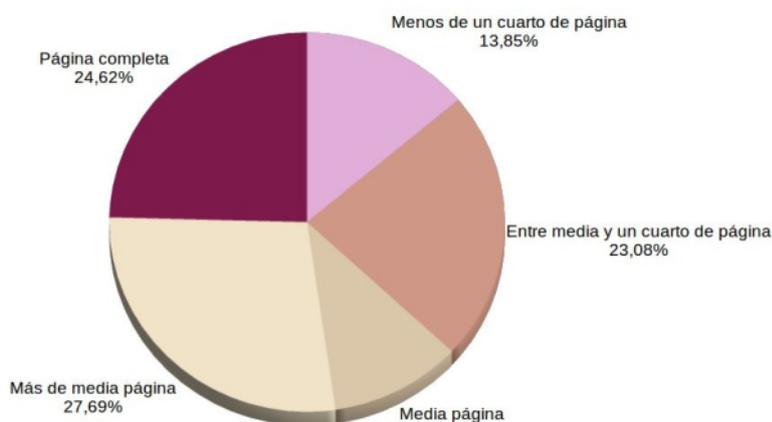


Gráfico N.º 2. Tamaño de la Noticia

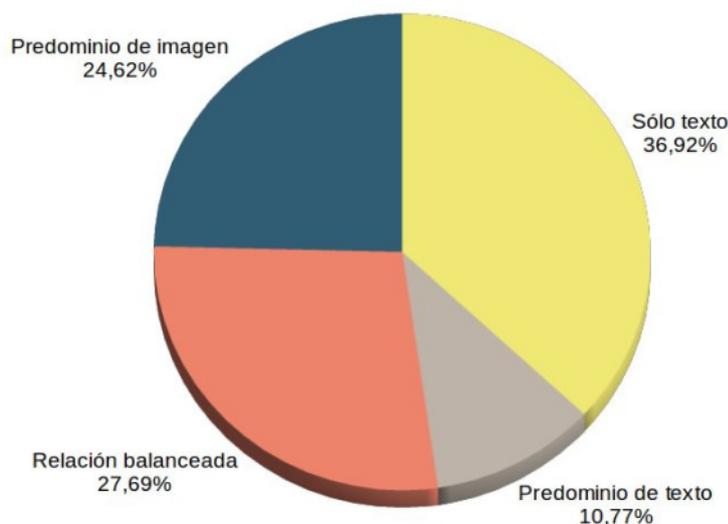


Gráfico N.º 3. Relación Imagen / Texto

ser elaborada en función de la visión dominante de los gobiernos acerca de un asunto determinado (Bennett, cit. por Zunino y Aruguete, 2010)

Para determinar la producción de la información se recurrió a identificar

al agente productor del contenido. El relevamiento muestra que el 32,25% corresponde a otro medio divulgador, que es cuando la fuente es otro medio de comunicación o algún divulgador que de manera *free lance* hace la nota para el medio, pero no es parte de la redacción del medio que difunde la información. Las agencias de noticias produjeron el 20% de la información; mientras que en el 38,50% de los casos se trata de notas en las que no se pudo determinar la fuente utilizada por el periodista.

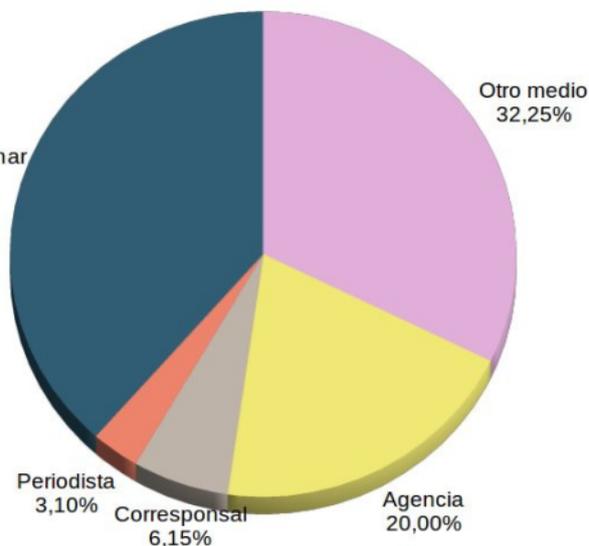


Gráfico N.º 4. Producción de la información

Al realizar la suma de estas tres categorías surge que el 90,77% de las notas publicadas por los medios gráficos de Patagonia, no son producidas por el medio analizado. Este dato nos permite inferir que en las redacciones no se cuenta con periodistas con la *expertis* o el tiempo para producir Comunicación Pública de la Ciencia, o desde un aspecto de la jerarquización temática por parte de la editorial en cuestión no consideran los ítems científicos de relevancia para considerarlos como temática fija del medio.

La utilización de fuentes ajenas al medio indicaría la falta de especialización en los periodistas locales sobre la temática de ciencia, aunque también demuestra el rol de producción de información por parte de las agencias de noticias que cumplen con su papel de garantes de la credibilidad de los hechos. Las agencias garantizan a los medios del interior del país un flujo constante de contenidos, diez veces superiores a la que un gran diario puede publicar (Muro Benayas, 2006).

En este sentido, Ignacio Muro Benayas (2006) explica que cuanto más pequeño es el medio, menos capacidad de procesar y de generar valor tiene y entonces prefiere dedicar todos sus esfuerzos a aquellas secciones de contenido local, regional, en las que se juzga su razón de ser. En los medios pequeños el reconocimiento a las agencias de noticias alcanza el 60% y 80%.

En resumen, cuando encuentran alguna noticia científica sobre algo que cumple con los parámetros de la agenda setting, se cortan y pegan sin más, pero no consideran a la ciencia como una temática planificada a cubrir. De hecho solo el 3% son notas firmadas por periodistas, no hay casos de redacción y un 6% fueron producidas por corresponsales, a los que seguramente acudieron por ser noticias científicas de índole nacional o internacional que debían visibilizar porque todos los medios lo hacían.

Esta falta de identificación de los productores de información es planteado por Tuchman, Saperas Leek y Solomon (1990), quienes analizaron la construcción de la realidad y llegaron al punto de alertar sobre la importante influencia que ejercen los Gabinetes de

Comunicación en los procesos de construcción de la información. Mauro Wolf (1987) atribuye además a los gabinetes de comunicación un carácter activo, organizado y habitualmente estable. Con frecuencia la decisión de informar a los medios parte de estos Gabinetes y no de los periodistas. Esto explicaría el 38,5% de noticias de ciencia que no identifican a quien la produce.

El actual panorama informativo, plantea que el poder político y económico dirige a menudo sus esfuerzos a controlar la red de fuentes de información. Ahora, las fuentes están organizadas, forman parte del proceso productivo de la noticia y pueden condicionar incluso las sucesivas fases de la información, llegando hasta gobernarlas directamente (Cesareo 1986), por lo que son cada vez más determinantes del proceso. Ahí radica la importancia que otorgamos a los Gabinetes de Prensa y Comunicación en general. (Ramírez, 2002).

El actual sistema informativo, tal y como está estructurado, es especialmente proclive a la reproducción de las fuentes oficiales de información. En ellas se dan cita buena parte de los factores de noticiabilidad que demanda el proceso productivo de la noticia: notoriedad, oportunidad, claridad, trascendencia social, fiabilidad, entre otras.

Las consecuencias que se extraen de dicha inclinación ocupa y preocupa a los analistas de los medios de información. León V. Sigal, por ejemplo, hace tiempo que alertó sobre esta cuestión, al señalar que una gran parte de las noticias que se publican son producto del acoplamiento de dos maquinarias procesadoras de información: una la organización noticiosa; la otra, el Gobierno (1978).

La falta de mención de la fuente consultada en un alto porcentaje de la información que recogen de terceros es un aspecto que ha sido corroborado en anteriores análisis de la cobertura mediática en Argentina (Rey Lennon, 1998).

### *Género Periodístico*

Esta variable indica el tratamiento dado por el periodista/medio a la noticia y el tipo de género periodístico utilizado. Las categorías que clasifican las noticias son: Noticia, Divulgación, Entrevista e Informe. Esta variable también es significativa para la investigación, ya que en relación con la variable anterior se puede inferir la calidad del tratamiento periodístico. El 80% correspondió al género noticia; el 15,4% a divulgación científica; 3,1% son informes periodísticos. Vale aclarar que la preponderancia del género noticia incluye gacetillas, comunicados, noticias "pre-producidas" (que es el mecanismo de reproducción preferida por los medios gráficos y que garantiza a los gabinetes de prensa la publicación de dicha informa-

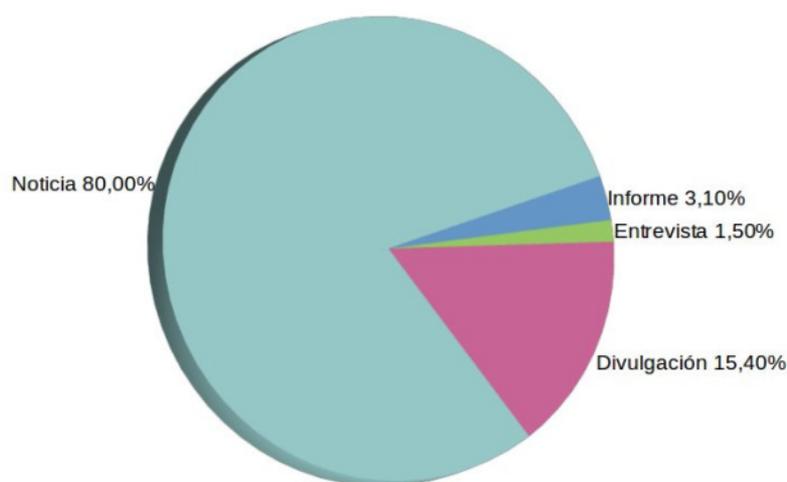


Gráfico N.º 5. Género periodístico

ción). Esta variable está asociada a la producción de información en la que surge que los medios completan su grilla con noticias de otras fuentes, e indica falta de producción.

Los valores-noticia o factores de noticiabilidad entran de lleno en el campo de lo que se conoce como *gatekeeping*, es decir, el proceso que hace posible que de todos los hechos noticiosos que se producen a diario en el mundo, los medios tan sólo elijan un puñado de ellos. Esta es la fórmula por la cual los hechos (ítems noticiosos) pueden llegar a convertirse en hechos noticiados. A este respecto, las aportaciones realizadas por Pamela Shoemaker (1991) son muy significativas. Es preciso investigar los mecanismos que rigen dicho proceso, dado que en los mismos residen las claves que utilizan las redacciones de los diarios para difundir sus mensajes.

En la actualidad, la mayor parte de las noticias que llegan a los media lo hacen utilizando vías rutinarias como ruedas de prensa, actos oficiales, etc. (Prado, Villafañe y Bustamante, 1987). Para ganar la atención de los *gatekeeper*, los Gabinetes institucionales deben adecuarse a los valores noticias estándar que circulan en el mercado: notoriedad del protagonista, adecuación, proximidad del hecho, impacto dramático, interés, novedad, grado de curiosidad, entre otros.

Las noticias en general, son un producto muy perecedero y volátil porque su vida es extremadamente corta, mueren al ser sustituidas por otras más actuales. Esta cualidad se ha acelerado extraordinariamente en los últimos años. La velocidad de la información es cada vez más alta. El valor de una noticia está asociado a la pura inmediatez, algo

que conlleva inexorablemente la máxima caducidad.

Esto es reflejado por Muro Benayas (2006) que plantea que la caducidad de las noticias de agencia oscilaba, hace 20 años, entre 12 y 24 horas sólo porque la salida de los periódicos del siguiente quemaba los contenidos que transportaba la teletipo. Hoy, la noticia “muere” casi en el instante: el tiempo que tarda un periodista de un medio digital en cortar y pegar lo que le llega de una agencia.

### *Procedencia de la Fuente*

Los medios tienen una tendencia “irresistible” a focalizar su atención en los actores, más que en sus acciones, debido a la naturaleza dramática del interés humano en las historias (Bennett, 1983). Esta tendencia a crear historias alrededor de los actores, más que de los eventos en sí, es denominada por Bennett como “personalización de las noticias”. Como contrapartida, la gente exagera “el papel de los motivos y las intenciones personales a la vez que desestima el rol que cumplen los factores contextuales cuando atribuyen responsabilidad a las acciones de los individuos” (Iyengar, 1991, pp. 32-33).

Desde la Teoría de la Atribución se plantea que los seres humanos no logran entender la complejidad del mundo en que viven y que, por tanto, generan explicaciones causales a partir de la percepción de sucesos cotidianos. En este sentido, el tipo de encuadre (*frame*) utilizado por los medios influye en las responsabilidades políticas que se otorga a individuos o grupos, que pueden ser de tipo disposicionales o estructurales.

¿Quiénes son los protagonistas de la comunicación pública de la ciencia en

los medios gráficos de Patagonia? Se procura conocer el tratamiento mediático de este caso respecto de dos cuestiones: el nivel de incumbencia que recae sobre los distintos actores y si tal atribución de responsabilidad es preponderantemente individual o institucional. Al observar estos aspectos (ver N.º Gráfico 7), la fracción mayor corresponde a las Universidades Nacionales (26,23%) y a los Institutos o Laboratorios Privados, con el 20,49%. Llama la atención el protagonismo que obtienen los gobiernos extranjeros (18,03%), seguido por los laboratorios extranjeros (10,66%) y las noticias en las que no se puede determinar la procedencia de la información (8,2%) e igual valor obtienen las noticias del gobierno nacional. Así, el tratamiento que recibe la comunicación pública de la ciencia en la prensa patagónica es variada respecto a los protagonistas de la información.

La procedencia institucional de la información plantea la ausencia de men-

ciones individuales, o de actores que sean nominados por sus cargos, sino que las propias instituciones son “objeto de atención de los medios”. Esta pauta se ve confirmada con el predominio institucional de los protagonistas de la cobertura de los casos considerados, que son referenciados mayormente en términos institucionales. El Estado es la fuente preferida con el 39,71%, seguida por las fuentes internacionales con el 35,29%, mientras que el experto es consultado solo en el 5,88%, de las notas. En cierto sentido, de las instituciones depende el avance de este proceso de comunicación pública de la ciencia, comprobándose la relación entre la procedencia de la fuente hipótesis del *indexing*.

La información aportada por las fuentes estatales ocupa una gran parte de las agendas de los medios patagónicos y esto se debe a la conformación del sistema científico-tecnológico nacional, en el que el protagonismo estatal es mucho mayor al de otros sistemas. Los pe-

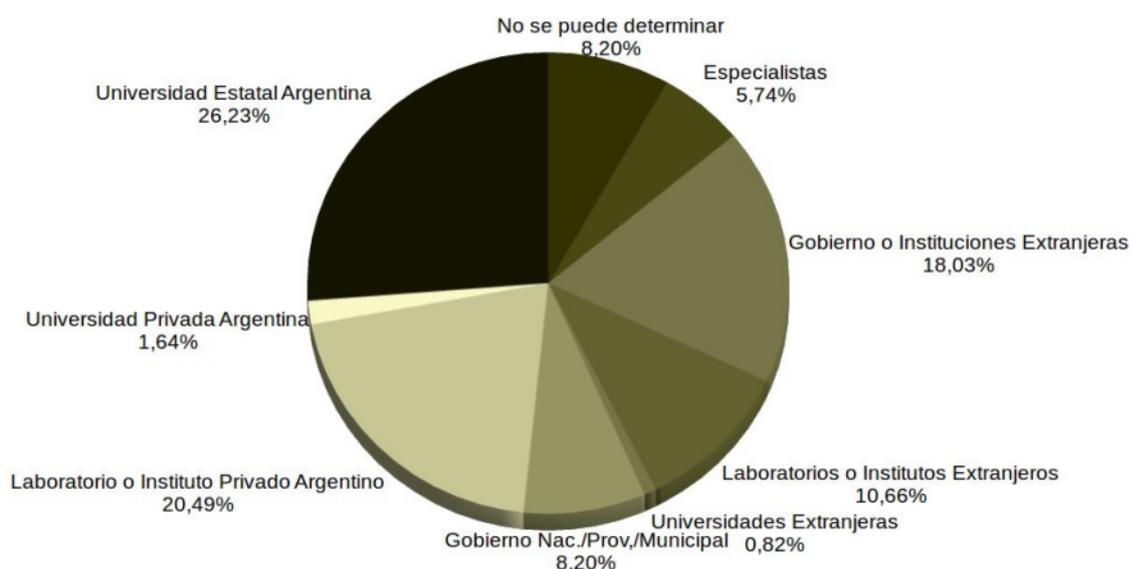


Gráfico N.º 6. Procedencia de la fuente

riodistas descansan en los datos proporcionados por los actores insertos en instituciones pertenecientes a ámbitos estatales, a quienes se reserva la primera y la última palabra en los reportes noticiosos (Bennett, 1983). De tal recurrencia a este tipo de fuentes resulta que la versión “oficial” de los hechos se vuelve más legítima al cubrir un acontecimiento.

En cambio, el nivel de cobertura que obtienen los actores no oficiales no les garantiza tener una influencia continua y estructurada en los medios. Según Bennett (1983), la hipótesis del *Indexing* supone que el tratamiento que se da a los temas queda limitado por el estándar de las rutinas periodísticas, que encuadran las noticias en un rango de fuentes y puntos de vista afianzados en los círculos de decisión oficial. Se puede corroborar que las fuentes oficiales (Estado) aportan la mayor cantidad de información publicada por los medios.

En este estudio se confirma lo propuesto por Bennett, el Estado (al referirse a la administración del gobierno nacional, provincial o municipal, incluyendo los tres poderes del Estado, y organismos autónomos) es la principal fuente con el 39,71% de noticias que publicaron los medios gráficos de Patagonia para informar sobre ciencia. En segundo lugar la categoría Internacional fue utilizada por los medios gráficos en el 35,29% (esta categoría se refiere a organizaciones u organismos extranjeros de ciencia). En tercer lugar las empresas con el 13,24%, mientras que las fuentes expertas son consultadas en un 5,88% de los casos (esta categoría hace mención directamente al experto en la materia, ya sea el propio investigador o a otro colega de la ciencia en cuestión).

## Discusión

Tomamos como punto de partida la hipótesis por la que inferimos que los medios utilizan las fuentes de acuerdo a su política editorial. Si bien Wolf (1987) sostiene que los criterios sustantivos de los valores noticia se articulan esencialmente en torno a tres factores: la importancia, el interés del hecho y los actores, la afirmación de que una noticia es seleccionada porque es importante (o interesante) no da cuenta de un proceso más complejo, que obliga a una búsqueda desde otras estrategias investigativas. En este sentido, Galtung Ruge sostiene que “cuando un acontecimiento atañe a personas de élite, mayores posibilidades tiene de convertirse en noticia” (cit. en Herbert, 2016, p. 44).

Esta apreciación se observa en nuestra investigación, ya que las principales fuentes a las que recurren los diarios de la Patagonia analizados corresponden a organismos del Estado (39,71%). El diario como organizador de sus propias estrategias y, simultáneamente, destinatario de las tácticas que otros actores sociales diseñan y ejecutan para influir sobre él también se demuestra al no determinarse los productores de las informaciones. Y como cualquier actor social con vocación de influencia y poder, necesita recolectar información, acumularla, clasificarla, interpretarla y convertirla en recurso para el logro de su objetivo.

Sin embargo, a diferencia de otros actores sociales, los diarios tienen que comunicar sus informaciones e incluir a sus fuentes en su propio discurso público. El periodismo de calidad, es aquel que recurre a diversidad de fuentes para construir el relato, sin olvidar la calidad de las informaciones que comunica. Es en este punto donde en base a las variables analizadas, podemos inferir que, ya

que los diarios patagónicos no producen en su mayoría los ítems noticiosos de comunicación pública de la ciencia que publican (menos del 30% son de producción propia), para asegurar cierta calidad consideran en la mayor cantidad de los casos (casi el 40%) fuentes Estatales, las cuales se desagregan entre Universidades Nacionales e Institutos dependientes de gobiernos nacionales o provinciales.

Además, y también relacionando la producción de la información, surge que el 80% de los ítems de CPC publicados por los diarios relevados utilizan como género a la noticia, en menor medida –con el 15,40% de los casos– la divulgación (donde se publican extractos de los documentos recibidos de las entidades dedicadas a la investigación y transferencia) y dejando relegado al 3,10% de los casos las notas con características de informes (género que exige producción del periodista), todo lo que da cuenta de la forma en que los diarios abordan la CPC, sin dedicarle producción propia ni desarrollo de la misma.

Por último, observar que los días de mayor visibilización de las noticias de CPC sea los viernes y los domingos nos lleva a inferir que, en el proceso de valorización y jerarquización de la temática científica por parte del medio, se considera que son tópicos pasatistas que no hacen a la coyuntura política de la agenda de los medios, y por eso se las publica los fines de semana, considerándolas como “noticias de color”.

## Notas

- 1 Investigación PROINCE 195 “La Comunicación Pública de la Ciencia en los diarios de Argentina” presentada por el Departamento

de Humanidades y Ciencias Sociales y el Instituto de Medios de Comunicación de la Universidad Nacional de la Matanza. Dicho proyecto está dirigido por María Victoria Santorsola y Guillermo Damián Spina e integrado por Adriana Amado Suarez, Natalia Pizzolo, Maximiliano Bongiovanni, Cecilia Diaz, Santiago Fuentes, Valeria Antelo, Patricia Franco, Alejandra García Vargas, Milton Rubén Terenzio, Mariana Mendoza, Silvina Soledad Chaves, Daniel Pichl, Francisco Paterna y Nicolás Camargo Lezcano.

- 2 Universidades Nacionales del Comahue, Río Negro, Patagonia San Juan Bosco, Patagonia Austral y la recientemente creada de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur; y las delegaciones de la Universidad Tecnológica Nacional (Neuquén, Puerto Madryn, Río Gallegos y Río Grande).
- 3 CENPAT (Centro Nacional Patagónico); CAICYT (Centro Argentino de Información Científica y Tecnológica); CCT-CONICET - PATAGONIA NORTE; CADIC (Centro Austral de Investigaciones Científicas); CIEFAP (Centro de Investigación Forestal Andino Patagónico).
- 4 La técnica de la semana construida permite obtener una muestra aleatoria de la información de los medios ampliando el rango de su selección. Esto evita distorsiones propias de un momento informativo reducido al tiempo que suele conservar las marcas de la pauta editorial (Riffe, 1993).

## Referencias bibliográficas

Aruguete, N. (2015). *El poder de la agenda: política, medios y público*. Buenos Aires: Biblos.

Bennett, W. (1983). *News, the politics of illusion*. New York: Longman.

Canclini, A. (2011). “El Periodismo en Tierra del Fuego”. En *Historia del Periodismo Argentino*



- Vol. VI. Buenos Aires: Academia Nacional de Periodismo.
- Cesareo, G. (1986). *Es noticia: fuentes, procesos, tecnologías y temas en el aparato informativo*. Barcelona: Mitre.
- Galtung and Ruge (1971:44) Practising Global Journalism: Exploring Reporting Issues Worldwide. Herbert John. (2013) Taylor & Francis, UK.
- Herbert, J. (2016). *Practising Global Journalism: exploring reporting issues worldwide*. FO-CAL.
- Igartua, J.J., M. Muñiz y L. Cheng (2010). “Consecuencias económicas versus conflicto. Informar sobre inmigración y sus efectos socio-cognitivos”. En A. Arrese, C. Etayo, E. Moreno, E. Guerrero y M. Navarro (Eds.), *Periodismo económico: viejos y nuevos desafíos*. Pamplona: EUNSA, pp. 377-389.
- Iyengar, S. (1991). *Is Anyone Responsible? How television frames political issues*. University of Chicago Press.
- Krippendorf, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- Lacy, S., K. Robinson y D. Riffe (1995). “Sample Size in Content Analysis of Weekly Newspapers”. En *Journalism and mass communication quarterly*, 72(2), pp. 336-345.
- Mc Quail, D. (1998). *Mass Communication Theory*. Sage Publications Inc.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*. Barcelona: Paidós.
- Miller, J., R. Pardo y F. Niwa (1998). “Percepciones del Público ante la Ciencia y la Tecnología. Estudio comparativo de la Unión Europea, Estados Unidos, Japón y Canadá”. Fundación BBV, Bilbao, España.
- Muro Benayas, I. (2006). *Globalización de la información y agencias de noticias: entre el negocio y el interés general*. Barcelona: Paidós.
- Neuendorf, K. A. (2006). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Observatorio de Ciencia, Tecnología e Innovación productiva (2006). *Análisis de la oferta informativa sobre ciencia y tecnología en los principales diarios argentinos*. Buenos Aires: SECYT .
- Prado, E.; J. Villafañe y E. Bustamante (1987). *Fabricar noticias: las rutinas periodísticas en radio y TV*. Barcelona: Mitre.
- Ramírez, T. (2002). *Gabinetes de Comunicación: funciones, disfunciones e incidencia*. Barcelona: Bosch.
- Rey Lennon, F. (1998). *Argentina: elecciones 1997: los diarios nacionales y la campaña electoral*. Buenos Aires: Freedom Forum-Universidad Austral.
- Riffe, D. et al. (1993). “Effectiveness of Random, consecutive Day and Constructed Week in Newspaper Content Analysis”. En *Journalism Quarterly*, 70.
- Shoemaker, P. (1991). *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. Nueva York: Longman.
- Sigal, L.V. (1978). *Reporters and Officials: The organization and politics of newsmaking*. Lexington, Ma Heath.
- Spina, G. (2013). *La comunicación pública de la ciencia en los medios gráficos argentinos*. Universidad Nacional de La Matanza: Tesis de maestría en Comunicación, cultura y discurso mediático.

Stempel, G. H. (1989). *Research methods in mass communication*. Prentice Hall.

Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia*. Barcelona: Gustavo Gili.

Wimmer, R. y J. Dominick (1994). *Media Effects: Research in Media Effects*, Prentice Hall.

Wolf, M. (1987). *La investigación en la comunicación de masas: crítica y perspectivas*. Buenos Aires: Paidós.

Zunino, E. y N. Aruguete (2010). "La cobertura mediática del conflicto campo-gobierno: Un estudio de caso. En *Global Media Journal* 7(14), pp. 1-23.

Fecha de recepción: Abril 5 de 2017.

Fecha de aprobación: Julio 08 de 2017.