



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución - No Comercial - Sin Derivar 4.0 Internacional

Jerarquización de las noticias sobre ciencia en los diarios digitales argentinos (2017-2018)

Guillermo Damián Spina y Cecilia Beatriz Díaz

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e138>

Recibido: 13-10-2018 Aceptado: 22-11-2018

# **Jerarquización de las noticias sobre ciencia en los diarios digitales argentinos (2017-2018)**

## **Ranking of the news about science in the Argentine digital newspapers (2017-2018)**

**Guillermo Damián Spina** [spinaguillermo@gmail.com](mailto:spinaguillermo@gmail.com)

<http://orcid.org/0000-0001-6909-4410>

Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales; Universidad Nacional de La Matanza (Argentina)

**Cecilia Beatriz Díaz** [diaz.ceciliab@gmail.com](mailto:diaz.ceciliab@gmail.com)

<http://orcid.org/0000-0002-1039-2656>

Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales; Universidad Nacional de La Matanza (Argentina)

### **Resumen**

Ante la irrupción de nuevos soportes informativos, analizamos la comunicación pública de la ciencia (CPC) en los diarios digitales de Argentina (2017-2018) en las dimensiones claves de la



jerarquización periodística como lo son el tipo de información, las temáticas científicas y la visibilidad –en sus indicadores de ubicación y extensión-.

A partir del análisis de contenido sobre una muestra de semana construida, se exponen resultados que tienen como fin conformar un mapeo de situación de la cobertura periodística sobre ciencia en los diarios de producción local de mayor distribución en las distintas regiones del territorio nacional. Esto implica explorar y determinar regularidades y particularidades en el volumen y despliegue informativo.

Al respecto, se sostiene como hipótesis que a nivel nacional prima una mirada utilitaria sobre la ciencia en torno a la exposición de sus resultados de acuerdo a los intereses del contexto social -como la economía y la salud-, que obtienen mayor visibilidad al interior de los portales periodísticos.

**Palabras clave:** Comunicación pública de la ciencia; periodismo científico; periodismo gráfico; jerarquización de la noticia.

### **Abstract**

Before the emergence of new information media, we analyzed the public communication of science (CPC) in the digital newspapers of Argentina (2017-2018) in the key dimensions of journalistic hierarchy such as the type of information, the scientific issues and the visibility - in its location and extension indicators.

Based on the analysis of content on a sample of built week, results that aim to form a mapping of the situation of journalistic coverage on science in locally produced newspapers of major distribution in the different regions of the national territory are presented. This involves exploring and determining regularities and particularities in the volume and information display.

In this regard, it is maintained as a hypothesis that, at the national level, a utilitarian view prevails over science regarding the exposure of its results according to the interests of the social context -such as economy and health-, which obtain greater visibility within the journalistic portals.

**Keywords:** Public communication of science; scientific journalism; graphic journalism; hierarchization of the news.

La Comunicación Pública de la Ciencia (CPC) aborda el conjunto de informaciones que tienen contenidos científicos destinados al público generalista, como modos de socialización de este



conocimiento especializado. Según la Declaración de la Ciencia y el Uso del Conocimiento Científico (UNESCO, 1999), el conocimiento científico debe ser compartido y que en esa tarea es necesaria la cooperación auténtica entre gobiernos, sociedad civil, sector empresarial y científicos. Por eso, la CPC utiliza técnicas de la publicidad, el espectáculo, las relaciones públicas, la divulgación tradicional, el periodismo, y otras -excluye de su campo, como es lógico, la comunicación entre especialista con fines docentes o de investigación-.

Los objetivos principales de la CPC son realizarse en cualquier sistema susceptible de ser vehículo de comunicación científica para un público masivo y provocar la apropiación cultural de contenidos científicos, de acuerdo sus modos de acción de cultural específica a cada país y cultura (Calvo Hernando, 2003).

En efecto, la cobertura periodística sobre temas científicos adquiere relevancia en tanto que los medios masivos de comunicación construyen y refuerzan representaciones en torno a los investigadores, la ciencia y su carácter social. Sin embargo, “es necesario distinguir claramente todos estos diferentes discursos acerca de la ciencia y no confundir la actividad discursiva de producción del saber -destinado a otros miembros de la comunidad científica- con los discursos sobre las condiciones de esta producción y sus resultados que van dirigidos a otros sectores de la sociedad” (Verón, 1998: 99). Por eso se distinguen los términos divulgación y periodismo científico, aunque a menudo se han utilizado indistintamente.

Al respecto, Pasquali (1990) define a la divulgación como aquella actividad dedicada a “transmitir al gran público, en lenguaje accesible, decodificado, informaciones científicas y tecnológicas”; mientras que el periodismo científico es aquel que aborda temas con componentes científicos y tecnológicos para exponerlos a la sociedad. De ese modo, cumple una importante función de visualizar y hacer pública la ciencia que se desarrolla en universidades e institutos para intentar la apropiación de sus beneficios por la sociedad. En términos simbólicos, el periodismo científico tiene como fin: crear una conciencia científica colectiva como un factor de desarrollo cultural y educativo que contribuya a combatir el desinterés, a partir de desdramatizar la ciencia y aprender a comunicar (Calvo Hernando, 2003).

Con respecto a los modos de interpelar al público masivo, Durant (1990) plantea los argumentos cultural, práctico y político de la CPC. Respectivamente, el primero enfatiza en el carácter intelectual que simboliza una instancia de la civilización occidental moderna. En cuanto al práctico, señala que el conocimiento en ciencia y tecnología contribuyen a tomar mejores decisiones en la vida cotidiana. Por último, el argumento político apunta a señalar que la calidad de una democracia depende de una adecuada comprensión por parte de los



ciudadanos de los problemas a resolver, entre ellos los relativos a cuestiones científicas y tecnológicas.

Se trata, entonces, de la contribución de la llamada cultura científica (Miller, Pardo y Niwa, 1998). Es decir, la CPC se dirige a difundir una serie de valores, preferencias y expectativas hacia la ciencia y la expresión de interés o atención a la información correspondiente a estas cuestiones que se traducen en participación y sobretodo en adherir al valor de la ciencia como centro de la sociedad moderna.

Una conceptualización más amplia se orienta hacia la constitución del “ciudadano científico”: un actor que intervenga en la gobernanza de la ciencia en el que participan diferentes intereses en juego (Irwin y Michael, 2003). Sin duda, estas concepciones de la CPC respecto a la percepción y el accionar del ciudadano “de a pie” han influido en las modalidades de la oferta informativa de los medios masivos.

En Argentina, el Observatorio de la Secretaria de Ciencia, Tecnología e Innovación productiva (SECYT, 2006) precisó que desde mediados de 2006 se evidencia una consolidación de los temas científicos en la agenda periodística de los principales diarios argentinos, aunque se observan deficiencias en la pluralidad de fuentes y jerarquización noticiosa.

Asimismo, otro antecedente a este estudio señala que la cobertura los diarios generalistas nacionales (llamados popularmente así, pero que surgen en la Capital Federal y Gran Buenos Aires) depende de fuentes documentales- tales como *papers* hasta gacetillas que algunos institutos contemplan-, pero no hay contacto directo con los investigadores, por lo que los modos de presentación de la información se concentran en el género de noticia (Spina, 2013).

Estas observaciones se vuelven una tendencia en el mapeo de situación de las noticias que fueron publicadas sobre CPC en los diarios argentinos en papel de mayor distribución y de contenidos generalistas durante el 2015, donde prima la temática salud, las noticias no son firmadas y hay un correlato entre actividad económica de la región y disciplina científica visibilizada (Spina y Díaz, 2016).

Al respecto, este trabajo retoma la pregunta: ¿qué lugar tiene la ciencia en los diarios digitales de la Argentina? Entendiendo por lugar, la jerarquización de la temática en tanto frecuencia, ubicación y extensión en la prensa gráfica generalista que se dirige a un público masivo. De esa forma, este artículo intenta exponer un mapeo de situación de las noticias en el periodo 2017-2018, que se publican sobre CPC en los diarios de mayor impacto social de todo el país (1). Para observar sus tendencias en la cobertura periodística sobre ciencia a nivel nacional. Se trata de relevamiento sobre un corpus de 25 diarios digitales argentinos, con tres actualizaciones al día, durante un año, mediante la metodología de semana construida.



En esa dirección, los objetivos específicos se orientan a observar el modo de jerarquización de las noticias científicas por parte de las redacciones periodísticas a lo largo del país y a identificar que temáticas científicas son más abordadas por la prensa generalista. A tales efectos se presentan resultados del análisis de contenido sobre una muestra confeccionada de acuerdo al formato de selección de la “semana construida” dirigida al estudio de los mensajes de los medios masivos de comunicación (Stempel, 1989; Krippendorf, 1990), correspondiente al universo de las noticias CPC publicadas en el periodo calendario del 3 de julio de 2017 al 3 de junio de 2018.

En cuanto a la selección de diarios, se siguieron los mismos criterios que en estudios anteriores sobre prensa en papel. De tal forma que el territorio nacional se dividió en las regiones: CABA, Patagonia, Centro, Cuyo, NOA y NEA con un promedio de cuatro diarios representativos por cada una.

En suma, el artículo se estructura, en primer lugar, a partir del desarrollo del marco teórico sobre la jerarquización de la noticia en la prensa gráfica. Luego, se detallan las características metodológicas del estudio. A su continuación, los resultados de las variables relativas a espacio y ubicación. Finalmente, se presentan las inferencias a las que se pueden arribar a partir del análisis.

## **Jerarquizar la noticia: selección, producción y visibilidad**

Dado que no todos los hechos son noticia ni todos reciben el mismo nivel de atención, el problema de la jerarquización de la noticia adquiere relevancia. En efecto, la actividad periodística se apoya en distintos criterios al momento de seleccionar y producir información. Por eso su análisis es una tarea que revela la ponderación que la empresa periodística realiza para forjar el el producto que finalmente es precipitado al mercado de la información.

Para van Dijk, los criterios de noticiabilidad “reflejan los valores económicos, sociales e ideológicos en la reproducción del discurso de la sociedad a través de los medios de comunicación” (1990: 175). Así distingue los siguientes parametros: novedad -la noticia debe tratar sobre nuevos acontecimientos-, la actualidad -los hechos deben ser recientes-, la presuposición -los periodistas deben suponer que los lectores no pueden no haber leído la información previa y puede necesitar un resumen como antecedente-; relevancia -los acontecimientos deben ser de importancia para el lector-, desviación y/o negatividad, proximidad y la consonancia -la noticia debe estar en relación con normas y valores socialmente compartidos-.



Otra tipología de noticiabilidad es la elaborada por Martini y Luchessi (2004), quienes suman a la novedad, la excepcionalidad; imprevisibilidad; el interés público; el interés de los medios y de las fuentes; la revelación de lo oculto y la gravedad de los hechos. En ella incluyen el impacto o los efectos de una noticia en el futuro de una sociedad, la relevancia de sus protagonistas, el éxito del público (una recepción acorde con la noticia publicada), la cercanía geográfica con el lugar de los hechos, lo que publican los diarios, el compromiso con la sociedad y la posibilidad de lograr un buen producto, entre otros.

En particular, las informaciones sobre ciencia y tecnología (CyT) poseen rasgos que se corresponden con los criterios de noticiabilidad, tales como novedad, relevancia pública y proximidad, en términos generales. Al respecto, no es menor la evidencia que señala la constante presencia de este tipo de información. Es, en ese punto, que la jerarquización se vuelve un eje de problematización del campo de la CPC.

La jerarquización de la noticia en la prensa gráfica se observa en el modo en que se disponen los elementos textuales y gráficos conformando niveles de lectura que se corresponden con la ponderación respecto a que es lo importante en cada edición. Es decir, la relevancia atribuida a una información se observa en su visibilidad.

Sin embargo, la estructura de los medios digitales y su capacidad de actualizar la información en pleno desarrollo de los hechos, altera los parámetros de jerarquización de la noticia publicada en ellos. En ese sentido, es relevante la traducción de los términos del diseño editorial periodístico del papel al lenguaje digital. De esta forma, la portada o tapa es la página home, mientras que en lugar de cuadrículas, nos referimos a módulos –como unidad mínima de la estructura de la pantalla- y *scroll* –unidad de deslizamiento de pantalla-. En consecuencia, en la visibilidad cobran sentido la ubicación en el portal-home o secciones temáticas-, ubicación en la página y la extensión –medida en cantidad de párrafos- del artículo (Spina y otros, 2018b).

Otro aspecto clave para observar la decisión editorial de los medios de comunicación es la referida al nivel de producción y desarrollo informativo de noticias sobre ciencia como el género periodístico y la sección del medio que concentra la atención de la CPC. Según Bajtín (1979), los géneros discursivos son adaptaciones del lenguaje a situaciones de comunicación particulares, por lo que presentan rasgos estables vinculados a las condiciones de producción, circulación y recepción de los textos. En este caso, en el ámbito periodístico el uso de diferentes géneros (noticia, crónica, entrevista, informe, etcétera) está determinado por la disponibilidad de recursos para su elaboración y la intencionalidad de presentar abordajes de calidad que se diferencien de otros medios.



## Metodología

Dado que el objeto de este estudio es un producto de la comunicación masiva se optó por el método del análisis de contenido dado que es el que nos permite inferir el funcionamiento del objeto (noticia) y predecir su mecanismo de influencia (Igartua y Humanes, 2004). Asimismo, y siguiendo a Neuendorf (2002), es un procedimiento sistemático ideado para examinar el contenido de una información y adopta como unidad de análisis al mensaje. A través de esta metodología, se puede asignar de manera sistemática los contenidos de la comunicación a categorías utilizando para ello métodos estadísticos (Riffe, Lacy y Fico, 2005); lo que, a su vez, habilita a identificar las relaciones entre las distintas características de los mismos.

En lo que concierne a la particularidad de este estudio, nos dedicaremos a relevar los ítems noticiosos sobre ciencia publicados en el periodo julio 2017-junio 2018. Entendemos por ítem noticioso al conjunto de elementos verbales y visuales continuos referidos a un mismo tópico, presentado en cualquier género periodístico informativo -exceptuando las notas de opinión en cualquiera de sus variantes genéricas-. A su vez, se consideran de los sitios webs de los diarios para su análisis, tanto lo que se publica en su *home*, como todos los suplementos y secciones que sean realizados y editados por el mismo medio (2).

Para la definición de la muestra representativa del universo de noticias de CPC publicadas en los diarios digitales argentinos 2017-2018, se recurrió a la técnica de la semana construida (Stempel, 1989; Krippendorf, 1990) que configura una selección 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, Robinson y Riffe, 1995). Sumado a que ha sido la técnica utilizada en trabajos anteriores (SECYT, 2006; Spina, 2013; Spina y Díaz, 2018a; Spina y otros, 2018b).

En cuanto a la conformación del corpus, es decir las ediciones de los diarios representativos de las regiones, se determinó a partir del establecimiento de una fecha aleatoria y por ende, la semana construida, en tanto muestra del año. Siguiendo a Neuendorf (2002), las variaciones diarias y mensuales son factores importantes para tener en cuenta cuando se conduce un análisis de contenido.

Así, el año calendario se dividió en dos sets de seis meses, seleccionando al azar una fecha de partida para cada periodo. Después y usando un intervalo de 4-5 semanas, se seleccionó la siguiente semana, la que corresponde al siguiente mes. Así, cada mes del año descrito se encuentra representado por la muestra con una fecha contemplada en la primera semana de cada mes. De este modo, fueron seleccionados doce días por cada mes del año, sumando 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. De tal forma se evita algún sesgo de subjetividad o intencionalidad sobre la muestra y se completa las semanas construidas.

Respecto a la selección de los diarios, en primer lugar, se subdividió al país en seis regiones: Patagonia, CABA, Centro, Cuyo, NOA y NEA. En cada una de ellas se determinó cuáles eran los diarios representativos por circulación, historia y niveles de venta, para lograr que los resultados de la investigación sean federales (3), en continuidad con trabajos anteriores (SECYT, 2006; Spina, 2013; Spina y Díaz, 2018a; Spina y otros, 2018b).

Por otra parte, la dinámica de edición de los diarios digitales exigió tomar tres muestras diarias de cada sitio para detectar con mayor agudeza todo lo que se pueda publicar a lo largo de la fecha asignada por la semana construida. Los horarios de dicho muestreo fueron 9, 14 y 19 horas a los fines de tener registros cada cinco horas, y sobre todo considerando la rutina de trabajo de los diarios (4). En contrapartida, los ítems encontrados que correspondían a otros días no fueron considerados y los que fueron analizados en una de las actualizaciones, no conformaron la muestra, salvo que el ítem haya sido editado por el diario –es decir, cualquier modificación en el título, bajada, complementación audiovisual o extensión del texto, configura un nuevo ítem-.

A los fines de los alcances de este artículo, se describen las variables: a. tipo de información (V08); b. temática científica (V09); c. publicación en portada (V10), d. tipo de ubicación en portada (V12); e. tipo de ubicación en sección o suplemento (V14); f. sección del sitio web (V15); y g. Tamaño de la información (V17).

La variable “tipo de información” (V08) indica el tratamiento dado por el periodista/medio a la noticia de acuerdo al género periodístico utilizado, el cual supone un modelo de producción como de recepción (Bajtín, 1979), es decir nos permite interpretar el modo en el que es presentada la información CPC. Sus categorías son: “noticia”, “divulgación”, “entrevista” e “informe”. Su distinción permite inferir la calidad del tratamiento periodístico y por ende, el recurso económico otorgado a la producción del artículo en cuestión. En otras palabras, denota la jerarquía dada por el periodista/medio por el nivel de profundización y desarrollo para abordar un acontecimiento.

En cuanto a la variable “temática científica” (V09) indica a que disciplina específica pertenece la temática tratada por la noticia seleccionada en base a la clasificación clásica de las universidades para agrupar sus carreras en facultades o departamentos: 1= Agrarias; 2= Arte y Arquitectura; 3= Económicas; 4= Exactas y Naturales; 5= Humanidades y Cs. Sociales; 6= Ingenierías; 7= Salud y 8= Interdisciplinaria.





Por su parte, se observa la ubicación “en portada” en la variable V10 que indica si los ítems noticiosos sobre ciencia aparecen en la home del sitio web del diario, entendiéndola como portada del medio. Por eso, sus indicadores son: 1= Si y 2= No. A su continuación la V12 de “tipo de ubicación en portada” brinda la opción de número de *scroll* (deslizamiento de la pantalla) en el que se sitúa el ítem noticioso científico. En este caso, los indicadores están dados por el orden de aparición de manera tal que se analiza del primer *scroll* al quinto y una opción de registro en caso de no corresponder porque la noticia no aparece en la pantalla home.

En la variable “tipo de ubicación en sección o suplemento” (V14) se indica en qué número de pantalla (*scroll*) se encuentra el acceso al ítem noticioso científico analizado –indicadores: 1= primer *scroll*, 2= segundo *scroll*, 3= tercer *scroll*, 4= cuarto *scroll*, 5= quinto *scroll* o más-.

Asimismo, la variable “sección del sitio web” (V15) ofrece un conjunto de indicadores de las secciones periodísticas más usuales y la posibilidad de registrar particularidades acerca de la ubicación temática que realizó el diario digital con respecto al ítem noticioso. De ese modo, los indicadores se disponen así: 1=actualidad/país; 2=política; 3=economía/comercio exterior; 4=mundo/internacional; 5= provincia/interior; 6= ciudad/local; 7= sociedad/información general; 7=policial/seguridad; 8=cultura/espectáculo / ideas/guía; 9=rural/campo; 10=ciencia/tecnología/informática; 11=educación/universidad; 12=comunidad/enfoques; 13=deportes; 14=estilo/vida y ocio; 15=revistas; 16=servicio; 17=clasificados; 18=turismo/viajes; 19=videos/foto noticias; 20=otra; y 21=no corresponde.

Finalmente, la variable “tamaño de la información” (V17) refiere a la extensión del texto del ítem noticioso en su versión completa, medida en rangos de cantidad de párrafos. Es decir, sus indicadores se describen de la siguiente manera: 1= 1 a 3 párrafos; 2= 4 a 6 párrafos; 3= 7 a 9 párrafos y 4= 10 o más párrafos.

## Resultados

En la muestra anual relevada durante el periodo julio 2017-junio 2018, se identificaron 619 casos de ítems sobre temática científica distribuidos en los 25 diarios digitales argentinos analizados, repartidos en las 1050 capturas relevadas correspondientes a las 14 fechas en que se configuraron las dos semanas construidas y en las tres frecuencias horarias captadas en cada caso que conformaron el corpus de análisis, correspondiente a la muestra.

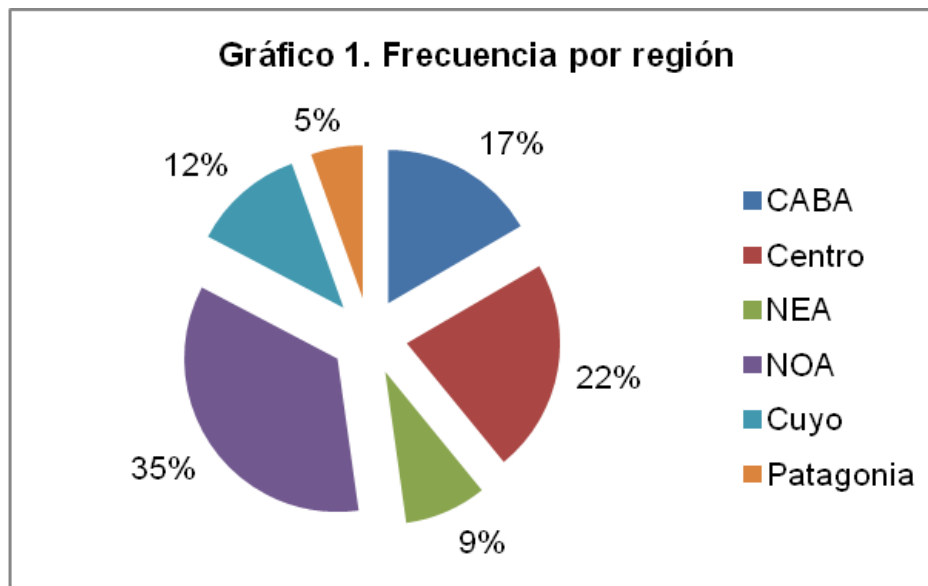


La distribución de los casos se concentró en mayor medida en la región NOA con el 34.9%, seguida de la región Centro con el 22.5%; CABA con 16.6%; Cuyo con 11.8%, completando las regiones de NEA 8.7% y Patagonia con un 5.5% de la muestra.

**Tabla 1. Resultados por región**

		Frecuencia	%	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CABA	103	16,6	16,6	16,6
	Centro	139	22,5	22,5	39,1
	NEA	54	8,7	8,7	47,8
	NOA	216	34,9	34,9	82,7
	Cuyo	73	11,8	11,8	94,5
	Patagonia	34	5,5	5,5	100
	Total	619	100	100	

Fuente: elaboración propia.



a) Tipo de información

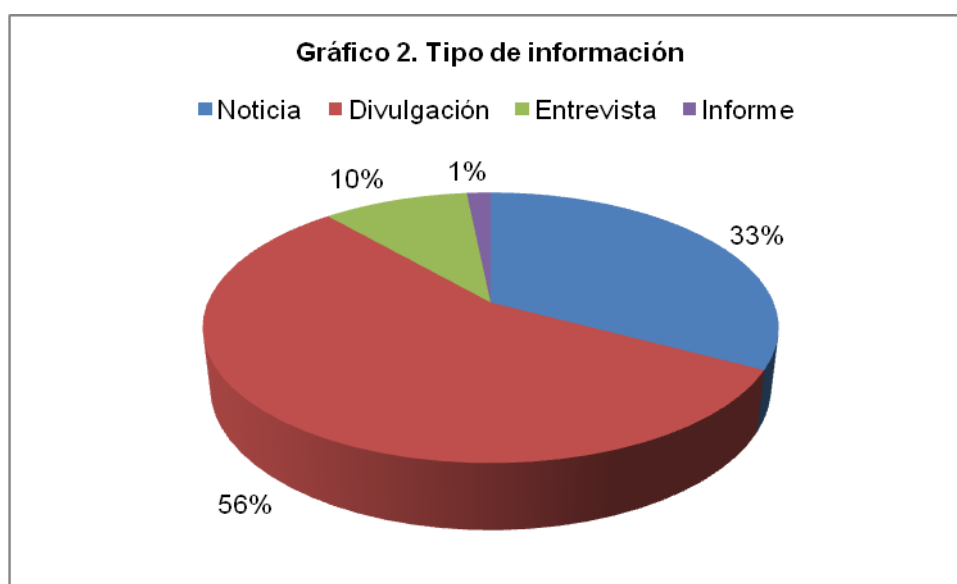
En cuanto al tipo de información, se observa en el corpus relevado, que en la mayoría de los casos se aborda la información científica en los diarios digitales mediante del género



divulgación (55.7%), seguido de la opción noticia (32.8%), luego en una frecuencia bastante menor el uso de la entrevista (9.8%), y finalmente, el género menos utilizado es el del informe (1.6%) que requiere una mayor producción y espacio en el diario.

	Géneros	Frecuencia	%	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Noticia	20	32,8	32,8	32,8
	Divulgación	34	55,7	55,7	88,5
	Entrevista	6	9,8	9,8	98,4
	Informe	1	1,6	1,6	100
	Total	61	100	100	

Fuente: elaboración propia.



#### b) Temática científica

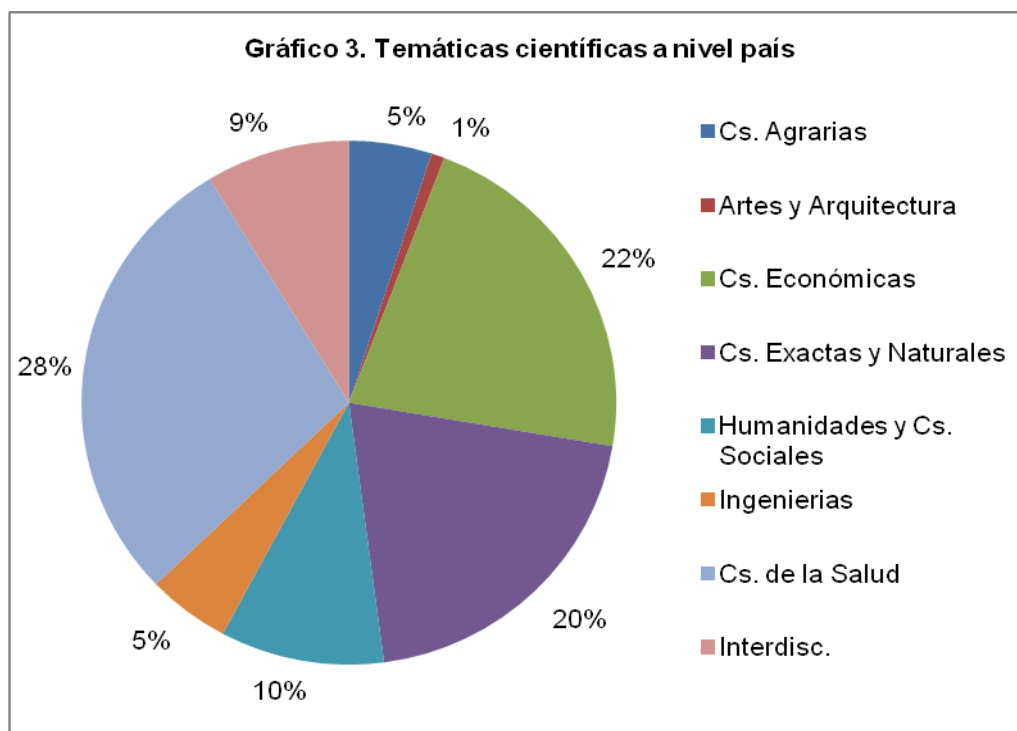
Los resultados evidencian que las especialidades más publicadas en los diarios digitales argentinos son Salud (28.4%), Económicas (21.8%), Exactas y Naturales (20.2%), Sociales (9.9%), Interdisciplinarias (8.7%), Ciencias agrarias e Ingenierías con 5% cada una y 0.8% para Artes y Arquitectura.



**Tabla 3. Temáticas científicas a nivel país**

		Frecuencia	%	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Cs. Agrarias	31	5	5	5
	Artes y Arquitectura	5	0,8	0,8	5,8
	Cs. Económicas	135	21,8	21,8	27,6
	Cs. Exactas y Naturales	125	20,2	20,2	47,8
	Humanidades y Cs. Sociales	61	9,9	9,9	57,7
	Ingenierías	31	5	5	62,7
	Cs. de la Salud	176	28,4	28,4	91,1
	Interdisc.	54	8,7	8,7	99,8
	Total	619	100	100	

Fuente: elaboración propia.



c) Publicación en portada

Las publicaciones de CPC en diarios digitales aparecen en la página “home” o portada del sitio un 67.9% de los casos relevados en el periodo en estudio.

**Tabla 4. Publicación en portada nivel país**

		Frecuencia	%	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	420	67,9	67,9	67,9
	No	199	32,1	32,1	100
	Total	619	100	100	

Fuente: elaboración propia.



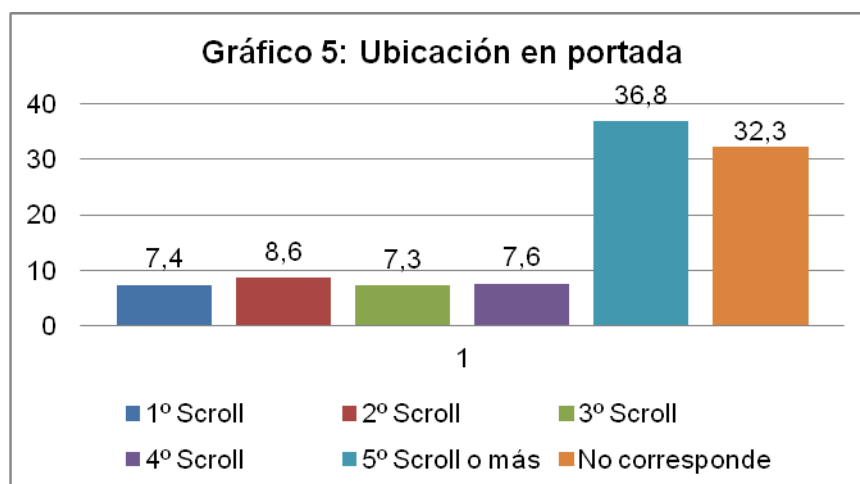
d) Tipo de ubicación en portada

Al momento de desagregar los datos de la aparición en portada, es relevante observar la posición del ítem, en términos de cantidad de *scrolls* o deslizamientos sobre la pantalla. En ese sentido, el relevamiento señala que el 36.8% de los casos, las noticias CPC se ubican a partir del quinto *scroll*; mientras que el resto se distribuyen proporcionalmente en los *scrolls* principales.

**Tabla 5. Ubicación en Portada**

		Frecuencia	%	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1º <i>Scroll</i>	46	7,4	7,4	7,4
	2º <i>Scroll</i>	53	8,6	8,6	16
	3º <i>Scroll</i>	45	7,3	7,3	23,3
	4º <i>Scroll</i>	47	7,6	7,6	30,9
	5º <i>Scroll</i> o más	228	36,8	36,8	67,7
	No corresponde	200	32,3	32,3	100
	Total	619	100	100	

Fuente: elaboración propia.



e) Tipo de ubicación en sección o suplemento

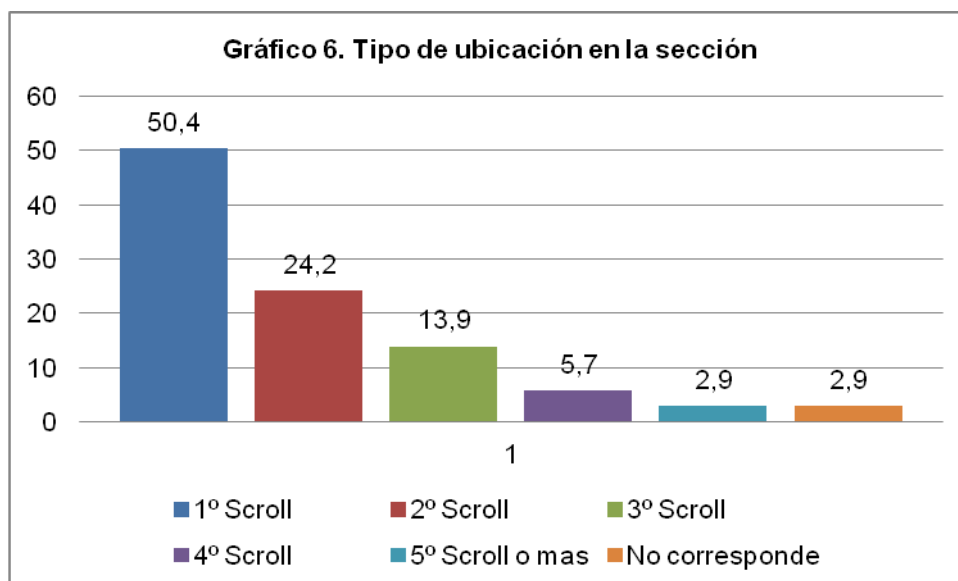
Más allá de la ubicación en portada, las noticias sobre CPC relevadas se vuelven a jerarquizar al interior de las secciones o suplementos en las que son pautadas. De este modo, se observa que los ítems identificados obtienen una mayor visibilidad en el diseño digital editorial de las secciones periodísticas. El 50.4% de los ítems se ubica en el primer *scroll*, el 24.2% en el segundo, el 13.9% en el tercero, el 5.7% en el cuarto, el 2.9% a partir del quinto *scroll* y en igual medida, se ubican aquellas noticias que solo se publican en home pero no son catalogadas en una sección determinada –indicador “no corresponde”-.

**Tabla 6. Tipo ubicación en la sección**

		Frecuencia	%	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1º <i>Scroll</i>	312	50,4	50,4	50,4
	2º <i>Scroll</i>	150	24,2	24,2	74,6
	3º <i>Scroll</i>	86	13,9	13,9	88,5
	4º <i>Scroll</i>	35	5,7	5,7	94,2
	5º <i>Scroll</i> o más	18	2,9	2,9	97,1
	No corresponde	18	2,9	2,9	100
Total		619	100	100	

Fuente: elaboración propia.





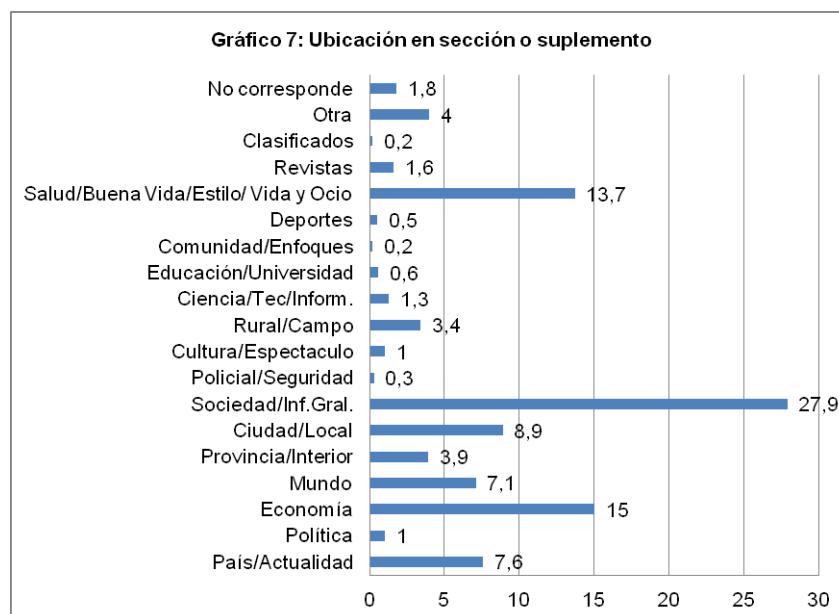
f) Sección del sitio web

En esta variable se registraron las secciones o suplementos temáticos de los diarios digitales donde se publicaron los ítems relevados en CPC. De ese modo, un 27.9% son encontradas en las secciones sociedad o información general; el 15% en economía; el 13.7% los apartados de salud; 8.9% las noticias de ciudad o locales y 7.6% en país-actualidad-nacionales, dentro de las más representativas.



	Nombre de la sección	Frecuencia	%	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	País/Actualidad	47	7,6	7,6	7,6
	Política	6	1	1	8,6
	Economía	93	15	15	23,6
	Mundo	44	7,1	7,1	30,7
	Provincia/Interior	24	3,9	3,9	34,6
	Ciudad/Local	55	8,9	8,9	43,5
	Sociedad/Inf.Gral.	173	27,9	27,9	71,4
	Policial/Seguridad	2	0,3	0,3	71,7
	Cultura/Espectáculo	6	1	1	72,7
	Rural/Campo	21	3,4	3,4	76,1
	Ciencia/Tec/Inform.	8	1,3	1,3	77,4
	Educación/Universidad	4	0,6	0,6	78
	Comunidad/Enfoques	1	0,2	0,2	78,2
	Deportes	3	0,5	0,5	78,7
	Salud/Buena Vida/Estilo/ Vida y Ocio	85	13,7	13,7	92,4
	Revistas	10	1,6	1,6	94
	Clasificados	1	0,2	0,2	94,2
Otra	25	4	4	98,2	
No corresponde	11	1,8	1,8	100	
	<b>Total</b>	<b>619</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

Fuente: elaboración propia.



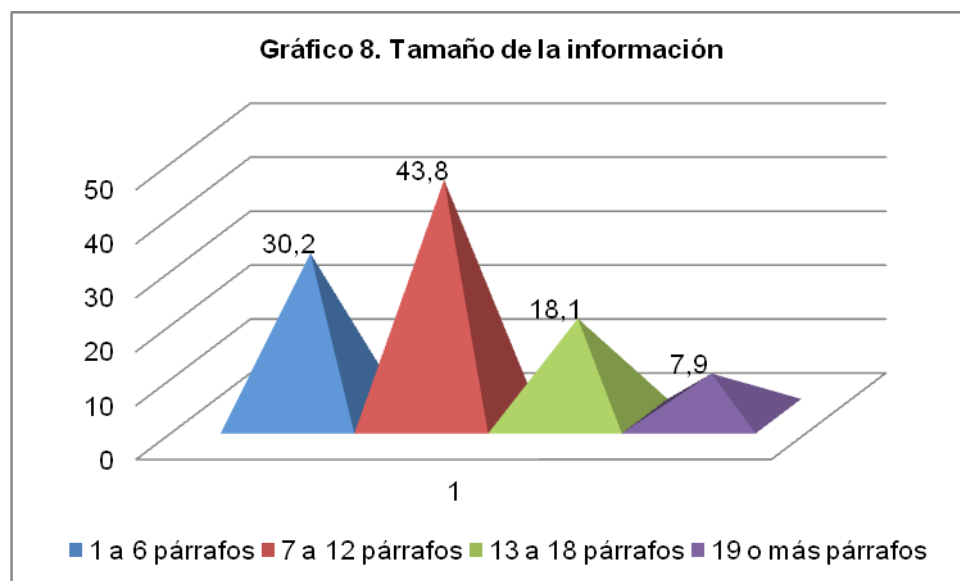
g) Tamaño de la información

Otro aspecto clave del nivel de producción y jerarquización periodística de las noticias sobre ciencia es la extensión dedicada al desarrollo de la información de los ítems relevados. Un 43.8% de las noticias presentaba un promedio de 7 a 12 párrafos de extensión; un 30.2% de 1 a 6 párrafos; 18.1% en el rango de 13 a 18 párrafos y un 7.9% superan los 19 párrafos.

**Tabla 8. Tamaño de la información**

	Cantidad de párrafos	Frecuencia	%	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 a 6 párrafos	187	30,2	30,2	30,2
	7 a 12 párrafos	271	43,8	43,8	74
	13 a 18 párrafos	112	18,1	18,1	92,1
	19 o más párrafos	49	7,9	7,9	100
	Total	619	100	100	

Fuente: elaboración propia.



## Reflexiones finales

La cobertura periodística de CPC en los diarios digitales de la Argentina en el período 2017-2018 presenta ciertas regularidades con respecto a estudios anteriores, pero también tendencias novedosas. En primer lugar, se observa un crecimiento en el volumen de ítems noticiosos, aunque la frecuencia por regiones mantiene la misma ponderación que la investigación sobre diarios en soporte papel (Spina y Díaz, 2016).

Asimismo, se evidencia que en la prensa digital argentina prima como criterio de selección de hechos noticiables, aquellos que evidencien resultados científicos de utilidad concreta, como ocurre con los que se relacionan a temáticas de ciencias de la salud, economía o meteorología que despiertan el interés del lector.

En cuanto al tipo de producción periodística para el tratamiento de temáticas científicas, se observa que se invierte lo observado en el análisis de los diarios en versión papel donde la mayor frecuencia de los ítems de CPC eran tratados desde el género noticia, ya que en el caso de los diarios digitales se observa una supremacía del abordaje mediante el género periodístico de la divulgación.

Por otra parte, se ha identificado una visibilidad en avance de aquellos hechos noticiosos que alcanzan el estatus de noticia en las portadas de los diarios digitales. A pesar de que dichos ítems quedan relegados al quinto *scroll* en adelante, ocupan los lugares principales de las secciones temáticas.



Otro dato particular que aporta el relevamiento realizado por la presente investigación, es detectar que en la mayoría de los casos los ítems sobre CPC son ubicados en las secciones de “información general” o “sociedad” y no como podría suponerse en las secciones específicas de ciencia, tecnología o educación.

En este sentido, otro aspecto de visibilidad y jerarquización es que la extensión de las noticias CPC superan en su mayoría los seis párrafos de extensión, pero no alcanzan los doce párrafos, lo que implica un grado de producción periodística que se ubica en la media de los productos noticiosos online.

## Notas

(1) Nos referimos a la investigación “La comunicación pública de la ciencia en los diarios digitales de Argentina” (APIDC 219), presentada por el Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales y el Instituto de Medios de Comunicación de la Universidad Nacional de la Matanza, dirigida por Esteban Federico Mizrahi y Guillermo Damián Spina e integrado por Sergio Horacio Barberis, Lorena Fabiana Turriaga, Cecilia Beatriz Díaz, Pablo Daniel Farinato, Santiago Fuentes, Patricia Lidia Franco y Daniel Pichl.

(2) Se excluye de la muestra toda publicación que no sea de la editorial analizada y aparezca tanto como un espacio publicitario (formal o no tradicional) como las ventanas *pop up* que puedan abrirse al navegar la web.

(3) La muestra analizada se compone por los siguientes 25 diarios digitales: *Pregón* (Jujuy), *El Tribuno* (Salta), *La Gaceta* (Tucumán), *El Ancastrí* (Catamarca), *El Liberal* (Santiago del Estero), *El Litoral* (Corrientes), Norte (Chaco), La Mañana (Formosa), El Territorio (Misiones), *La Voz del interior* (Córdoba), *La Capital* (Santa Fe), *El Litoral* (Santa Fe), *La Arena* (La Pampa), *El Día* (Buenos Aires), *Clarín* (CABA), *La Nación* (CABA), *Página/12* (CABA), *El diario de la República* (San Luis), *Los Andes* (Mendoza), *El diario de Cuyo* (San Juan), *El Independiente* (La Rioja), *Río Negro* (Río Negro), *Patagónico* (Chubut), *La Opinión Austral* (Santa Cruz) y *El Sureño* (Tierra del Fuego). Cabe aclarar que se había seleccionado en el corpus de análisis *El Diario* (Entre Ríos) pero este medio dejó de funcionar declarándose en cesación de pago (tanto con sus empleados como con el servicio de *hosting* de la versión digital del periódico) durante el periodo de análisis, por lo que se debió excluir de la muestra.

(4) Por el sistema de medios nacional, las prácticas periodísticas suelen identificar a la primera franja de producción y publicación entre las 6 y las 9 horas, con la última etapa de cierre general, las 19 -en correspondencia con los tiempos de las versiones impresas y los horarios de noticieros radiales y televisivos-.

## Bibliografía

Bajtín, M. (1979). *Estética de la creación verbal*. México: Siglo veintiuno ediciones.

Calvo Hernando, M. (2003). *Divulgación y periodismo científico: entre la claridad y la exactitud*. México: UNAM.



- Dijk van, T. (1990). *La noticia como discurso, comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós .
- Durant, J. R. (1990). Copernicus and Conan Doyle: or, why should we care about the publicunder standing of science? *Science Public Affaires*, 5, 7-22.
- Igartua, J. J. y Humanes, M. L. (2004). El método científico aplicado a la investigación en comunicación social. *Portal de la Comunicación Incom-UAB*. Recuperado de [http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/6\\_esp.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/6_esp.pdf).
- Irwin, A. y Michael, M. (2003). *Science, social theory and public knowledge*. Philadelphia: Open University Press, Maidenhead.
- Krippendorf, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- Lacy, S.; Robinson, K. y Riffe, D. (1995). Sample Size in Content Analysis of Weekly Newspapers. *Journalism and mass communication quarterly*, 72(2), 336-345.
- Martini, S. y Luchessi, L. (2004). *Los que hacen la noticia. Periodismo, información y poder*. Buenos Aires: Biblos.
- Miller, J.; Pardo, R., y Niwa, F. (1998). *Percepciones del público ante la ciencia y la tecnología. Estudio comparativo de la Unión Europea, Estados Unidos, Japón y Canadá*. Bilbao: Fundación BBV.
- Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (1999). *Declaración sobre la Ciencia y el uso del saber científico*. Recuperado de [http://www.unesco.org/science/wcs/esp/declaracion\\_s.htm](http://www.unesco.org/science/wcs/esp/declaracion_s.htm)
- Pasquali, A. (1990). *Comprender la comunicación* (cuarta ed.). Caracas: Monte Avila Editores.
- Riffe, D.; Lacy, S. y Fico, F. G. (2005). *Analyzing media messages: using quantitative content analysis in research*. London: Lawrence erlbaum associates publishers.
- SECYT (2006). *Análisis de la oferta informativa sobre ciencia y tecnología en los principales diarios argentinos*. Observatorio de Ciencia, Tecnología e Innovación productiva, Buenos Aires.
- Spina, G. D. (2013). *La comunicación pública de la ciencia en los medios gráficos argentinos*. (Tesis de maestría en Comunicación, cultura y discurso mediático). Universidad Nacional de La Matanza, Buenos Aires.
- Spina, G. D. y Díaz, C. B. (2016). Mapeo de la jerarquización de noticias sobre ciencia en los diarios generalistas de la Argentina (2015). *Question*, 1(51), 302-327.



- Spina, G. D. y Díaz, C. B. (2018a). Estrategia metodológica para el estudio de la comunicación pública de la ciencia en diarios digitales argentinos. *ENACOM.18*, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional del Centro, Olavarría.
- Spina, G. D.; Díaz, C. B.; Barberis, S. H. y Turriaga, L. F. (2018b). Procedencia de las fuentes informativas sobre comunicación pública de la ciencia de los diarios argentinos. *IV Jornadas de Estudios de América Latina y el Caribe*, Buenos Aires.
- Stempel, G. H. (1989). *Research methods in mass communication*. Estado Unidos: Prentice hall.
- Verón, E. (1998). Entre la epistemología y la comunicación. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación* (4).