

**INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS
SUPERIORES DE OCCIDENTE**

Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios de Nivel Superior
según Acuerdo Secretarial 15018,
publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de noviembre de 1976

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOCULTURALES
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN DE CON ESPECIALIDAD EN LA
DIFUSIÓN DE LA CIENCIA Y LA CULTURA



Periodismo científico-tecnológico y cultural.
Análisis de contenido de la prensa local en Guadalajara

Tesis que para obtener el grado de
Maestra en Comunicación con Especialidad en
Difusión de la Ciencia y la Cultura
Presenta

Lic. Cecilia del Rosario Zepeda Martínez

Directora de tesis: Dra. Cecilia Cervantes Barba

Tlaquepaque, Jalisco. Marzo de 2007

Dedicatoria y agradecimientos

Dedico este trabajo
a mi madre, Guadalupe Martínez Rivera, en su ausencia siempre
presente
y
a Carlos Zepeda Nuño, mi padre, con amor.

Agradezco a Javier Martínez Rivera, por su constante aliento y apoyo durante la elaboración de este trabajo. También expreso mi agradecimiento a Cecilia Cervantes Barba, mi asesora de tesis, quien en un ambiente de simpatía, siempre guió mi proceso con un riguroso espíritu académico que me condujo a concretar lo que ahora se presenta.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
Introducción	15
1. Antecedentes	16
2. Estado de la cuestión	19
2.1 Estudios sobre periodismo en México	19
2.2 Investigación sobre periodismo especializado en la difusión de la ciencia y la cultura en México	20
2.3 Medios de comunicación y periodismo en México	28
2.4 Periodismo cultural en México	29
2.5 Periodismo cultural en Guadalajara	31
2.6 Periodismo científico-tecnológico México	32
2.7 Periodismo científico-tecnológico en Guadalajara	35
2.8 Estudios en torno de los medios de comunicación en la línea del análisis de contenido en México	36
2.9 Estudios realizados en la línea de la sociología del periodismo, sociología de la comunicación y valores noticiosos	47
3. Marco teórico-metodológico	52
3.1 Origen y desarrollo de la <i>Mass Communication Research</i>	54
3.2 Sociología del periodismo	57
3.3 Valores noticiosos	59
3.4 Metodología de análisis de contenido	64
3.4.1 Selección de cobertura	66
3.4.2 Selección de las categorías	67
3.4.3 Selección de las unidades de análisis	68

3.4.4	Parámetros de medición y evaluación	70
3.5	Categorías de análisis: ¿Qué se entiende por periodismo cultural y por periodismo científico-tecnológico?	71
3.5.1	Nociones de periodismo	71
3.5.2	¿Qué se entiende por cultura?	72
3.5.3	Periodismo cultural	74
3.5.4	¿Qué se entiende por ciencia?	75
3.5.5	Periodismo científico	76
3.5.6	Formato del contenido periodístico	78
3.6	Sobre los casos: El Informador, Público y Mural	79
3.6.1	El Informador	79
3.6.2	Público	80
3.6.3	Mural	81
3.7	Unidad de análisis y descripción de la muestra	83
3.7.1	Técnica de análisis de contenido	83
3.7.2	Estrategia metodológica	84
3.7.3	Material analizado	84
3.7.4	Descripción de variables	85
4.	Análisis de contenido de la cobertura al periodismo científico-tecnológico y cultural en la prensa local	87
4.1	Superficie de la muestra	87
4.1.1	Superficie de la muestra, en general	87
4.1.2	Estructura de la superficie de la muestra, en general y por diarios	88
4.1.2.1	Estructura de la superficie de la muestra, en El Informador	90
4.1.2.2	Estructura de la superficie de la muestra, en Público	91
4.1.2.3	Estructura de la superficie de la muestra, en Mural	92
4.1.3	Superficie de cobertura, general	93
4.1.3.1	Superficie de cobertura en El Informador	95
4.1.3.2	Superficie de cobertura en Público	95
4.1.3.3	Superficie de cobertura, en Mural	96
4.1.4	Superficie de cobertura por tipo de información,	97

	general y por diario	
4.1.4.1	Superficie de cobertura por tipo de información El Informador	100
4.1.4.2	Superficie de cobertura por tipo de información Público	101
4.1.4.3	Superficie de cobertura por tipo de información Mural	102
4.2	Número de notas, en general	103
4.2.1	Número de notas por tipo de información, por diario	106
4.2.1.1	Número de notas por tipo de información en El Informador	107
4.2.1.2	Número de notas por tipo de información en Público	108
4.2.1.3	Número de notas por tipo de información Mural	109
4.3	Número de notas en primera plana, por tipo de información	110
4.3.1	Número de notas en primera plana, por diario	112
4.3.1.1	Número de notas en primera plana en El Informador	113
4.3.1.2	Número de notas en primera plana en Público	114
4.3.1.3	Número de notas en primera plana en Mural	115
4.4	Géneros periodísticos	117
4.4.1	Número de notas por género, en general	117
4.4.2	Número de notas por género, por diarios	119
4.4.2.1	Número de notas por género en El Informador	119
4.4.2.2	Número de notas por género en Público	120
4.4.2.3	Número de notas por género en Mural	121
4.5	Origen de la nota	121
4.5.1	Origen de la nota, en general	121
4.5.2	Origen de la nota por tipo de información	123
4.5.2.1	Origen de la nota por agenda	123

	científico-tecnológica	
4.5.2.2	Origen de la nota por agenda cultural	124
4.5.2.3	Origen de la nota por difusión científico-tecnológica	125
4.5.2.4	Origen de la nota por difusión cultural	126
4.5.3	Origen de la nota, por diario	128
4.5.3.1	Origen de la nota en El Informador	128
4.5.3.2	Origen de la nota en Público	129
4.5.3.3	Origen de la nota en Mural	131
4.6	Lugar de referencia	132
4.6.1	Lugar de referencia, en general	132
4.6.2	Lugar de referencia, por tipo de información	135
4.6.2.1	Lugar de referencia por agenda científico-tecnológica	135
4.6.2.2	Lugar de referencia por agenda cultural	136
4.6.2.3	Lugar de referencia por difusión científico-tecnológica	138
4.6.2.4	Lugar de referencia por difusión cultural	139
4.6.3	Lugar de referencia, por diario	141
4.6.3.1	Lugar de referencia en El Informador	141
4.6.3.2	Lugar de referencia en Público	143
4.6.3.3	Lugar de referencia en Mural	145
4.7	Temas	147
4.7.1	Temas, en general	147
4.7.2	Temas por tipo de información	150
4.7.2.1	Temas por agenda científico-tecnológica	150
4.7.2.2	Temas por agenda cultural	151
4.7.2.3	Temas por difusión científico-tecnológica	153
4.7.2.4	Temas por difusión cultural	156
4.7.3	Temas por diario	159
4.7.3.1	Temas en El Informador	159
4.7.3.2	Temas en Público	161
4.7.3.3	Temas en Mural	163
4.8	Autoría o fuentes informativas	165
4.8.1	Autoría o fuentes informativas, en general	165
4.8.2	Autoría o fuentes informativas por diario	166
4.8.2.1	Auditoria o fuentes informativas en El Informador	166
4.8.2.2	Autoría o fuentes informativas en Público	167

4.8.2.3	Autoría o fuentes informativas en Mural	168
4.9	Tratamiento de la información	169
4.9.1	Caso: Pavarotti-Bocelli	170
4.9.1.1	Superficie de la cobertura, en general	170
4.9.1.2	Superficie del texto de la cobertura, en general	171
4.9.1.3	Superficie de la imagen de la cobertura, en general	172
4.9.1.4	Superficie de la cobertura por diario	173
4.9.1.4.1	Superficie de la cobertura en El Informador	173
4.9.1.4.2	Superficie de la cobertura en Público	174
4.9.1.4.3	Superficie de la cobertura en Mural	175
4.9.1.5	Editorialización	175
4.9.2	Caso: Feria de Arte Contemporáneo, Arco 2005	186
4.9.2.1	Superficie de la cobertura, en general	187
4.9.2.2	Superficie del texto de la cobertura, en general	188
4.9.2.3	Superficie de la imagen de la cobertura, en general	188
4.9.2.4	Superficie de la cobertura, por diario	188
4.9.2.4.1	Superficie de la cobertura en El Informador	188
4.9.2.4.2	Superficie de la cobertura en Público	189
4.9.2.4.3	Superficie de la cobertura en Mural	191
4.9.2.5	Editorialización	192
	Conclusiones	204
	Referencias bibliográficas	211
Anexos:	1. Hoja de registro	219
	2. Listado de códigos	220

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1: Tipo de trabajos académicos sobre periodismo científico-tecnológico y periodismo cultural, por formato de presentación	21
Tabla 2: Investigaciones académicas en torno al periodismo científico-tecnológico y periodismo cultural, por década	23
Tabla 3: Tesis sobre periodismo científico y periodismo cultural, por década	24
Tabla 4: Estudios en torno a los medios de comunicación, por área de interés académico	37
Tabla 5: Estudios desde la perspectiva de la sociología de los medios y el análisis de contenido	39
Tabla 6: Estudios en torno a los medios de comunicación con la metodología de análisis de contenido, por formato	41
Tabla 7: Estudios en torno a los medios de comunicación con la metodología del análisis de contenido, por década	43
Tabla 8: Estudios en torno a los medios de comunicación con la metodología del análisis de contenido, por temas	44
Tabla 9: Tesis con metodología del análisis de contenido, por grado académico	45
Tabla 10: Tesis con metodología del análisis de contenido, por lugar de origen	46
Tabla 11: Documentos en la línea de valores noticiosos y/o sociología del periodismo	48
Tabla 12: Documentos en la línea de valores noticiosos y/o sociología del periodismo, por tema	49
Tabla 13: Documentos en la línea de valores noticiosos y/o sociología del periodismo, por década	50
Tabla 14: : Documentos en torno a valores noticiosos y/o sociología del periodismo, por autor	51
Tabla 15: Superficie de la muestra , en general	87
Tabla 16: Estructura de la superficie de la muestra, en general	89

Tabla 17: Estructura de la superficie de la muestra, por diario	90
Tabla 18: Superficie de cobertura al conjunto de ciencia-tecnología y a cultura, en general	93
Tabla 19: Superficie de cobertura por tipo de información, general	97
Tabla 20: Superficie de cobertura por tipo de información, por diario	98
Tabla 21: Superficie de cobertura por tipo de información en El Informador	100
Tabla 22: Superficie de cobertura por tipo de información en Público	101
Tabla 23: Superficie de cobertura por tipo de información en Mural	102
Tabla 24: Número de notas, por diario	104
Tabla 25: Número de notas por tipo de información, en general	105
Tabla 26: Número de notas por tipo de información, por diario	106
Tabla 27: Número de notas por tipo de información en El Informador	107
Tabla 28: Número de notas por tipo de información en Público	108
Tabla 29: Número de notas por tipo de información en Mural	109
Tabla 30: Número de notas en primera plana, en general	110
Tabla 31: Número de notas en primera plana, por diario	112
Tabla 32: Número de notas en primera plana, en El Informador	113
Tabla 33: Número de notas en primera plana, en Público	115
Tabla 34: Número de notas en primera plana, en Mural	115
Tabla 35: Número de notas por género, en general	117
Tabla 36: Número de notas por género, por diario	119
Tabla 37: Origen de la nota, en general	122
Tabla 38: Origen de la nota, por agenda científico-tecnológica	124
Tabla 39: Origen de la nota por agenda cultural	124

Tabla 40: Origen de la nota por difusión científico-tecnológica	125
Tabla 41: Origen de la nota por difusión cultural	127
Tabla 42: Origen de la nota en El Informador	128
Tabla 43: Origen de la nota en Público	130
Tabla 44: Origen de la nota en Mural	131
Tabla 45: Lugar de referencia, en general	133
Tabla 46: Lugar de referencia, por agenda científico-tecnológica	135
Tabla 47: Lugar de referencia por agenda cultural	136
Tabla 48: Lugar de referencia por difusión científico-tecnológica	138
Tabla 49: Lugar de referencia por difusión cultural	140
Tabla 50: Lugar de referencia en El Informador	142
Tabla 51: Lugar de referencia en Público	144
Tabla 52: Lugar de referencia en Mural	146
Tabla 53: Temas, en general	148
Tabla 54: Temas por agenda científico-tecnológica	151
Tabla 55: Temas por agenda cultural	152
Tabla 56: Temas por difusión científico-tecnológica,	154
Tabla 57: Temas por difusión cultural	158
Tabla 58: Temas en El Informador	160
Tabla 59: Temas en Público	162
Tabla 60: Temas en Mural	164
Tabla 61: Autoría o fuentes informativas, por diario	165
Tabla 62: Autoría o fuentes informativas en El Informador	166
Tabla 63: Autoría o fuentes informativas en Público	168
Tabla 64: Autoría o fuentes informativas en Mural	169

Tabla 65: Superficie de la cobertura, en general y por diario (Pavarotti-Bocelli)	170
Tabla 66 : Superficie del texto de la cobertura, por diario	171
Tabla 67: Superficie de la imagen de la cobertura, por diario	172
Tabla 68: Superficie de la cobertura, en general y por diario (Arco 2005)	186

Índice de gráficas

	Pág.
Gráfica 1: Trabajos de Investigación académica en torno al periodismo científico-tecnológico y periodismo cultural, por categoría	22
Gráfica 2: Reflexiones teóricas en torno al periodismo científico-tecnológico y periodismo cultural	26
Gráfica 3: Estudios en torno a los medios de comunicación, por área de interés académico	38
Gráfica 4: Estudios desde la perspectiva de la sociología de los medios y el análisis de contenido	40
Gráfica 5: Estudios en torno a los medios de comunicación con la metodología del análisis de contenido, por formato	42
Gráfica 6: Estudios en torno a los medios de comunicación con la metodología del análisis de contenido, por década	43
Gráfica 7: Tesis con la metodología del análisis de contenido, por grado Académico	46
Gráfica 8: Tesis con la metodología del análisis de contenido, por lugar de origen	47
Gráfica 9: Documentos en la línea de valores noticioso y/o sociología del periodismo	48
Gráfica 10: Documentos en la línea de valores noticiosos y/o sociología Del periodismo, por tema	49
Gráfica 11: Documentos en la línea de valores noticiosos y/o sociología Del periodismo, por década	50
Gráfica 12: Superficie de la muestra, en general	88
Gráfica 13: Estructura de la superficie de la muestra, en general	89
Gráfica 14: Estructura de la superficie de la muestra, en El Informador	91
Gráfica 15: Estructura de la superficie de la muestra, en Público	92
Gráfica 16: Estructura de la superficie de la muestra, en Mural	93
Gráfica 17: Superficie de cobertura, general	94

Gráfica 18: Superficie de cobertura, por diario	94
Gráfica 19: Superficie de cobertura al conjunto de ciencia-tecnología y cultura en El Informador	95
Gráfica 20: Superficie de cobertura al conjunto de ciencia-tecnología y cultura en Público	96
Gráfica 21: Superficie de cobertura al conjunto de ciencia-tecnología y cultura en Mural	96
Gráfica 22: Superficie de cobertura por tipo de información, en general	98
Gráfica 23: Superficie de cobertura por tipo de información, por diario	100
Gráfica 24: Superficie de cobertura por tipo de información en El Informador	101
Gráfica 25: Superficie de cobertura por tipo de información en Público	102
Gráfica 26: Superficie de cobertura por tipo de información en Mural	103
Gráfica 27: Número de notas, por diario	104
Gráfica 28: Número de notas por tipo de información, en general	105
Gráfica 29: Número de notas por tipo de información en El Informador	107
Gráfica 30: Número de notas por tipo de información en Público	109
Gráfica 31: Número de notas por tipo de información en Mural	110
Gráfica 32: Número de notas en primera plana, en general	111
Gráfica 33: Número de notas en primera plana, por diario	113
Gráfica 34: Número de notas en primera plana en El Informador	114
Gráfica 35: Número de notas en primera plana en Mural	116
Gráfica 36: Número de notas por género	118
Gráfica 37: Número de notas por género en El Informador	120
Gráfica 38: Número de notas por género en Público	120
Gráfica 39: Origen de la nota por género, en Mural	121
Gráfica 40: Origen de la nota, en general	123
Gráfica 41: Origen de la nota por agenda cultural	124
Gráfica 42: Origen de la nota por difusión científico-tecnológica	125

Gráfica 43: Origen de la nota por difusión cultural	128
Gráfica 44: Origen de la nota en El Informador	129
Gráfica 45: Origen de la nota en Público	130
Gráfica 46: Origen de la nota en Mural	132
Gráfica 47: Lugar de referencia, en general	134
Gráfica 48: Lugar de referencia por agenda científico-tecnológica	136
Gráfica 49: Lugar de referencia por agenda cultural	137
Gráfica 50: Lugar de referencia por difusión científico-tecnológica	139
Gráfica 51: Lugar de referencia por difusión cultural	141
Gráfica 52: Lugar de referencia en El Informador	143
Gráfica 53: Lugar de referencia en Público	145
Gráfica 54: Lugar de referencia en Mural	147
Gráfica 55: Temas por agenda científico-tecnológica	151
Gráfica 56: Temas por agenda cultural	153
Gráfica 57: Temas por difusión científico-tecnológica	156
Gráfica 58: Autoría o fuentes informativas, en general	166
Gráfica 59: Autoría o fuentes informativas, en El Informador	167
Gráfica 60: Autoría o fuentes informativas, en Público	168
Gráfica 61: Autoría o fuentes informativas, en Mural	169
Gráfica 62: Superficie de la cobertura, en general (Pavarotti-Bocelli)	171
Gráfica 63: Superficie del texto de la cobertura, por diario	172
Gráfica 64: Superficie de la imagen de la cobertura, por diario	173
Gráfica 65: Superficie de la cobertura en El Informador	174
Gráfica 66: Superficie de la cobertura en Público	174
Gráfica 67: Superficie de la cobertura en Mural	175
Gráfica 68: Superficie de la cobertura, en general (Arco 2005)	187

Gráfica 69: Superficie del texto de la cobertura, en general y por diario	187
Gráfica 70: Superficie de la imagen de la cobertura, en general y por diario	188
Gráfica 71: Superficie de la cobertura en El Informador	189
Gráfica 72: Superficie de la cobertura en Público	190
Gráfica 73: Superficie de la cobertura en Mural	191

Introducción

El presente trabajo es el resultado de una investigación analítico-descriptiva sobre el contenido de la prensa de la Zona Metropolitana de Guadalajara en torno al periodismo científico-tecnológico y cultural y constituye mi tesis para obtener el grado de maestría en comunicación con especialidad en difusión de la ciencia y la cultura que ofrece el ITESO.

El informe está compuesto por cinco apartados.

El primero se refiere a los antecedentes generales y justificación académica para esta investigación.

En la segunda parte, se desarrolla un estado de la cuestión en los estudios de prensa científica-tecnológica y periodismo cultural en México y concretamente en Guadalajara.

Para el marco teórico que se ubica en la tercera parte de este documento, fue importante hacer referencia al origen y desarrollo de la *Mass Communication Research*, así como a la sociología del periodismo, y al estudio de los valores noticiosos. El análisis de contenido, herramienta metodológica utilizada en esta investigación, también forma parte de dicho apartado.

Se definieron las categorías de análisis, es decir lo que en este trabajo se entiende por periodismo científico-tecnológico y periodismo cultural punto de partida para estudio para luego describir los tres diarios locales elegidos para estudio: El Informador, Público y Mural; todos ellos editados y distribuidos en la Zona Metropolitana de Guadalajara.

En el cuarto apartado se encuentra propiamente el desarrollo de la indagación cuyo orden descriptivo incluye las siguientes unidades de análisis: Superficie, número de notas, tipo de información, notas en primera plana, géneros periodísticos, origen de la nota, lugar de referencia, temas cubiertos, así como fuente informativa y/o autoría de la nota, para concluir el apartado con dos ejemplos comparativos en el tratamiento de la información por los diarios elegidos.

Las conclusiones y algunas reflexiones finales cierran el presente trabajo de investigación.

1. Antecedentes

La Maestría en Comunicación con Especialidad en Difusión de la Ciencia y la Cultura que el ITESO ofrece, proporciona herramientas teórico-metodológicas a los estudiantes para observar y conocer más a detalle y desde muy variadas facetas, el fenómeno de la comunicación social dentro del ámbito específico de la divulgación de la ciencia-tecnología y de la cultura hoy.

Un primer interés personal orientado a formular un proyecto de investigación que fuera pertinente y adecuado como proyecto de tesis de maestría me ubicó en el área de la salud y los jóvenes, concretamente en el ámbito de la salud sexual y la prevención del SIDA.

María Marta Collignon Goribar, maestra de la licenciatura de Ciencias de comunicación y también de la Maestría de Comunicación en el ITESO, ofrecía entonces una materia optativa que giraba en torno precisamente a la comunicación y salud. En ese tiempo, Collignon Goribar simultáneamente cursaba un doctorado y participaba en un proyecto amplio sobre el tema de los medios de comunicación, los jóvenes y la salud sexual. Tal proyecto se realizaba al mismo tiempo en diversos países latinoamericanos. A mí, como estudiante de maestría, me interesó la posibilidad de participar en un proyecto tan amplio y solicité involucrarme en él.

A medida que el curso de Comunicación y salud se impartía, me fui adentrando cada vez más en el capítulo Guadalajara de ese proyecto. Tal circunstancia me pareció una buena oportunidad que quise aprovechar para, a partir de esa experiencia, formular y realizar mi propio proyecto de tesis.

Durante un poco más de año y medio asistí la organización de dicha investigación en Guadalajara y busqué al mismo tiempo, caminos teórico-metodológicos para formular una pregunta de investigación que me permitiera concretar mi propio trabajo académico. Sin embargo, no tuve éxito. Reconozco que tenía tantos huecos teórico-metodológicos que no pude definir mi objetivo y mucho menos avanzar. Ese fue un tiempo largo y doloroso académicamente hablando, pues me sentía insegura y perdida en mi camino para encontrar un hilo que me llevara a precisar una pregunta clara y concreta con la cual trabajar. El tiempo pasaba y yo no ofrecía resultado alguno. Decidí entonces abandonar dicho

proyecto y aclarar mejor mis ideas. Agradecí a la maestra Collignon el tiempo que me dedicó y cerré la posibilidad de continuar por esa línea.

Después de reflexionar sobre mis intereses y mis capacidades académicas, decidí acercarme a la doctora Cecilia Cervantes Barba, quien también es profesora de la Maestría en Comunicación. Ella se encuentra involucrada académicamente, en el análisis de las políticas públicas de cultura en el país, ámbito de estudio que me pareció muy interesante.

Le planteé a la doctora Cervantes la inquietud de realizar mi tesis de maestría y la necesidad personal de encontrar una guía que me diera luz y herramientas con las cuales poder concluir la última fase de mi formación de postgrado; ella accedió a acompañarme en tal empresa.

Con su ayuda, formulé algunas posibilidades de indagación. Se presentaba la posibilidad de conocer el imaginario sobre ciencia entre los maestros y alumnos del ITESO; pero también el papel de la ciencia y tecnología en la prensa nacional. Cómo se cubre en la prensa escrita, la ciencia y tecnología; cómo participa la prensa en la construcción de la agenda de políticas públicas de ciencia y tecnología en el país; a quién se le da voz en los medios de comunicación.

La segunda opción me resultaba más accesible y cercana que la primera debido a las actividades profesionales que desempeñaba entonces, pues trabajaba como clasificadora bibliográfica en la biblioteca en la misma universidad. La catalogación de libros me proporcionó un esquema y ciertas habilidades mentales muy útiles en tareas de ordenación y análisis informativo extenso.

Así, conciente de ello elegí entonces, ocuparme de identificar el papel de la ciencia y tecnología en la prensa escrita nacional a partir de un seguimiento de lo que se difunde sobre políticas públicas en ciencia y tecnología en México en tres periódicos representativos en el ámbito nacional y con perfiles editoriales definidos y distintos entre sí: La Jornada, Reforma y El Universal.

Posteriormente, acerque y concreté aún más mi objeto de estudio. Basada en la meta fundamental de la maestría que es el estudio de la comunicación social a partir de la difusión tanto de la ciencia como de la cultura centré mi interés académico en torno a lo que los diarios de Guadalajara, dicen no solamente sobre ciencia y tecnología, sino también sobre la cultura. Así, seleccioné para dicho análisis de igual manera tres periódicos distintos en el abanico de oferta

periodística de la ciudad por su línea editorial, su distribución y el impacto que estos tienen en la sociedad tapatía. Dichos periódicos son El Informador, Público y Mural.

Determiné realizar la observación en dos niveles diferentes pero complementarios entre sí. Un comparativo entre lo que cada diario dice y cómo lo dice sobre ciencia-tecnología y cultura y un comparativo entre cuánto se divulga de ciencia-tecnología y de cultura entre sí.

El estado de la cuestión conformado para el presente estudio indicó que si bien existen investigaciones empíricas y documentales y reflexiones teóricas alrededor del periodismo científico-tecnológico y del periodismo cultural en el país, no existe trabajo alguno que compartiera mi interés particular de abordar simultánea y comparativamente, dos prácticas periodísticas especializadas en tan distintos ámbitos del conocimiento, por lo que me parece que la tesis que aquí se presenta tiene de por sí, justificación y pertinencia.

Ahora bien, elegí, de entre las diversas técnicas teórico-metodológicas de investigación social que conozco, utilizar el análisis de contenido. Esta herramienta teórico-metodológica permite organizar y analizar - fragmentar y relacionar- de manera sistemática un considerable volumen de información. Tal es mi caso, por lo que dicha posibilidad metodológica me brindó seguridad y claridad en el procesamiento de los datos.

La experiencia a lo largo de la presente indagación, resultó altamente educativa tanto en el sentido propiamente académico como en el personal.

Académicamente, puedo decir que adquirí herramientas de pensamiento útiles en el desarrollo de conocimiento, que en mi caso se centró en el qué y el cómo la prensa escrita de Guadalajara publica notas sobre la ciencia-tecnología y la cultura. En el ámbito individual, amplió el panorama y perspectiva profesional respecto a lo que concierne a la comunicación en general.

Así, los resultados que aquí se presentan pueden ser considerados como preliminares a un estudio más profundo acerca de lo que la prensa escrita de Guadalajara considera como difusión de la ciencia-tecnología y de la cultura.

2. Estado de la cuestión

2.1 Estudios sobre periodismo en México

Dentro del programa de investigación sobre el campo académico de la comunicación, Raúl Fuentes Navarro (1988, 1996, 2003), desarrolló una sistematización informativa acerca de la investigación y reflexión en torno a la comunicación en México¹.

Fuentes Navarro (1988) anota en su primer trabajo de sistematización, que de ochocientos setenta y siete documentos registrados en el período de mil novecientos cincuenta y seis a mil novecientos ochenta y seis, el sesenta y tres por ciento, es decir quinientos treinta y tres documentos, están relacionados con los medios comunicación como objeto de estudio. De estos, el doce punto tres por ciento, - ciento ocho trabajos- tiene como tema a la prensa; mismo porcentaje para las investigaciones sobre la televisión. De mil novecientos cincuenta y seis a mil novecientos setenta, los trabajos sobre prensa destacables son los estudios historiográficos realizados por María del Carmen Ruiz Castañeda (1958), Moisés Ochoa (1968) y las propuestas para la formación de periodistas en el nivel universitario hechas por Julio del Río Reynaga (1964) y Enrique González Casanova (1965). Dos análisis empíricos fueron realizados por los norteamericanos Hester y Cole (1972, 1974).

En la década de los setenta sobresalen los estudios de la prensa en provincia y los primeros análisis de la prensa periódica. A finales de dicha década se diversifican los estudios. El espectro académico se amplía hacia algunas indagaciones sobre revistas femeninas, prensa marginal, industria del papel, así como también se populariza en el uso del análisis de contenido como herramienta metodológica en investigaciones realizadas a nivel nacional. El derecho a la información y el problema jurídico de su reglamentación fueron los temas más recurrentes en ese período dada la confabulación de la prensa empresarial con el régimen gubernamental.

¹ Ver: <http://docu.gdl.iteso.mx/ccdoc/cat.aspx> ; <http://148.201.94.8/coneicc/cat.aspx>.

De 1983 a 1986 se inicia el análisis de la prensa especializada, la prensa obrera y la infantil; comienzan las primeras reflexiones sobre la crisis de la prensa, la ética y el ejercicio periodístico. El sismo de 1985 suscitó una renovación en los estudios sobre el periodismo radiofónico. El predominio avasallante de la televisión orientó todos los esfuerzos de la incipiente comunidad crítica de investigadores de la comunicación.

En los noventa, el estudio de la prensa y de los periodistas de los medios dejó de ser relevante, para ceder su lugar como objeto de investigación a la información en general, su circulación y censura. En México, los estudios sobre la prensa han sido generalistas, bien sea históricos, de diagnóstico o monográficos. Los libros sobre el periodismo en México son básicamente recopilaciones de entrevistas, artículos y memorias o bien manuales e introducciones a las prácticas y técnicas periodísticas.

Mabel Piccini (1994) en su trabajo *Lo que dijo la prensa: imagen periodística del II Festival* se propone establecer un principio relacional a lo largo de lo que ella llama “información cultural razonada” a “información sensacionalista”. Este es uno de los pocos trabajos de análisis sistemático o crítico de la prensa. Esta investigación se propone aportar en esa línea.

2.2 Investigación sobre periodismo especializado en la difusión de la ciencia y la cultura en México

Con el propósito de conocer más detalladamente qué se ha reflexionado e investigado en México respecto al periodismo científico y al periodismo cultural se utilizaron los acervos de la Biblioteca de la Universidad ITESO, del CONEICC y la base de datos CCDOC diseñada y alimentada por Raúl Fuentes, académico del ITESO². Estas dos últimas bases de datos son especializadas en estudios sobre comunicación.

La localización bibliográfica se inició a través de las páginas Web correspondientes a cada base de datos con los siguientes descriptores como herramientas de búsqueda:

² Ver: <http://docu.gdl.iteso.mx/ccdoc/cat.aspx> ; <http://148.201.94.8/coneicc/cat.aspx>

- Periodismo científico
- Periodismo Científico AND México
- Periodismo Científico AND Guadalajara
- Periodismo Cultural
- Periodismo Cultural AND México
- Periodismo Cultural AND Guadalajara
- Ciencia –Difusión
- Tecnología –Difusión
- Cultura –Difusión
- Medios de Comunicación AND Ciencia
- Medios de Comunicación AND Cultura
- Medios de Comunicación -Función Educativa

Los documentos localizados ofrecen un panorama amplio acerca de cómo se ha abordado el periodismo en el país, cuál ha sido el interés académico y cuáles han sido las perspectivas teórico-metodológicas desde las que se ha abordado el estudio de los medios de comunicación masiva y en particular, la práctica periodística mexicana especializada tanto en ciencia y tecnología como en cultura.

Los sesenta documentos identificados en mi búsqueda pudieron agruparse en cuatro categorías de acuerdo a su formato de presentación: Investigaciones académicas, tesis, reflexiones teóricas, compilación de artículos periodísticos, respecto al tema.

Tabla 1

Tipo de trabajos académicos sobre periodismo científico-tecnológico y periodismo cultural, , por formato de presentación

Tipo de investigación	Número de trabajos	Porcentaje
Investigación académica	21	36 %
Tesis	17	28%
Reflexiones teóricas	17	28%
Compilación de artículos	5	8%
Total	60	100%

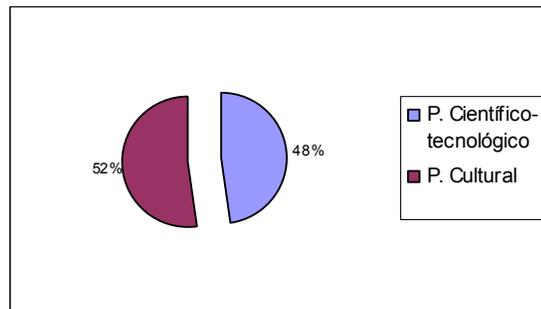
Revisemos enseguida qué tipo de trabajos se han desarrollado en cada categoría.

a) Investigación académica

Se identificaron veintiún documentos agrupados en la categoría de estudios teóricos o investigaciones académicas que hablan del periodismo especializado. De estos, once se centran en la información sobre cultura (Jiménez de Ottalengo, 1974; Vélez Arieta, 1990; Fernández Christlieb, 1985; Toussaint, 1985; Aguilar Plata, 1987; Garrido, 1996; Trejo Delarbre, 1996; Pasillas Pineda, 1998; Andi6n Gamboa, 1999; Ytuarte Núñez, 2000; Mijares, 2000) y diez (Guerra, 1975; Arévalo Zamudio, 1985; Zamarr6n, 1985; Toussaint, 1986; Hernández Barba, Edgar Villalpando, 1987; Rodríguez Sala, 1988; Berruecos, 1995, 1998; Valek, 1998; Ocaña, 2000) abordan la difusión de la ciencia-tecnología a través de los medios de comunicación masiva.

Gráfica 1

Trabajos de investigación académica en torno al periodismo cultural y periodismo científico, por categoría



El treinta y ocho por ciento de dichos trabajos fueron elaborados durante la década de los ochenta y otro treinta y ocho por ciento en la de los noventa. En esa década y en la siguiente se presenta una tendencia a la alza en el interés académico por realizar acercamientos más sistematizados al práctica periodística especializada. Sumados los trabajos elaborados en los ochenta y noventa dan un setenta y seis por ciento.

Tabla 2
*Investigaciones académicas en torno al
 periodismo cultural y periodismo científico-tecnológico, por década*

Décadas	Número de trabajos	Porcentaje
1970-1979	2	9.5%
1980-1989	8	38%
1990-1999	8	38%
2000-2009 ³	3	14.5%
Total	21	100%

Ahora bien, con respecto a la perspectiva metodológica, la investigación historiográfica de los medios de comunicación resultó ser el método que con mayor frecuencia se eligió para acercarse al periodismo cultural en el país. El análisis descriptivo sobre la divulgación científica en los diarios viene en segundo lugar. La práctica divulgativa de la ciencia y la cultura y el tipo de relación que se da entre el mediador-periodista y la fuente informativa, es decir los científicos y los artistas, han sido consideradas también como tema de estudio.

Acerca del objeto de estudio central, de las veintiuna investigaciones localizadas, el cuarenta y un por ciento de los estudios se ocuparon de los medios de comunicación en general y desarrollaron análisis comparativos respecto al espacio que cada uno de manera individual, destina para la divulgación de información especializada en cultura y ciencia y tecnología. Ahora bien, como medios de comunicación particulares, los diarios fueron considerados, con seis menciones, en segundo lugar de frecuencia que significa un veintiocho punto cinco por ciento. Las nuevas tecnologías, en particular, el Internet y el cine suman en conjunto veintidós por ciento por ciento y las revistas especializadas apenas llegan al cuatro por ciento.

³ Los trabajos de la década 2000-2009, identificados para esta investigación incluyen únicamente aquellos realizados hasta el 2005.

b) Tesis de grado sobre periodismo cultural y periodismo científico-tecnológico

Se identificaron diez y siete trabajos de tesis que se ocupan del tema. Nueve de ellos se interesaron por el periodismo científico-tecnológico como tema central y ocho tesis abordan al periodismo cultural.

El concepto de cultura implícito en los suplementos culturales de los principales diarios del Distrito Federal es la primera tesis de licenciatura que se tiene registrada cuyo tema de interés gira en torno al periodismo especializado en el país. Data de mil novecientos setenta y ocho. La autora, Cecilia Puente Santamarina (1978) se centra en el contenido de diarios cuyo origen es el Distrito Federal. Sin embargo, la tesis de licenciatura *Situación actual del periodismo cultural en México* de María Eugenia Calleja Bello (1988), se considera el primer estudio sobre el tema que representa una visión nacional ya que considera en su estudio a los diarios que aunque tienen su producción en la capital del país, cuentan con una distribución más amplia en las principales ciudades México.

De acuerdo a los documentos encontrados, el interés de la comunidad de egresados y estudiantes universitarios por la difusión de la ciencia y la cultura a través de los medios de comunicación, se incrementó considerablemente durante la década de los noventa en comparación a las décadas pasadas, y más notoriamente en lo que va de esta década.

Tabla 3
Tesis sobre periodismo científico-tecnológico y periodismo cultural, por década

Décadas	Número de trabajos	Porcentaje
1970-1979	2	11.8%
1980-1989	2	11.8%
1990-1999	5	29.4%
2000-2009	8	47%
Total	17	100%

Es significativo que si bien son diez los trabajos realizados por universitarios que estudiaron en la capital del país es decir un cincuenta y nueve por ciento del total, distribuidos en cuatro instituciones académicas: Escuela de periodismo Carlos Septién García (5); Universidad del Valle de México (1); Universidad Iberoamericana (2); Universidad Intercontinental (2); el cuarenta y un por ciento de los trabajos recepcionales, siete documentos, pertenecen a egresados de la Carrera de Ciencias de Comunicación del ITESO, universidad ubicada en la ciudad de Guadalajara, Jalisco.

De los diez y siete textos, siete desarrollaron descripciones del contenido de la información periodística sobre ciencia y tecnología (Benet Marza, 1979; Rodríguez Muñoz... et al. 1989; Galán Villegas, 1996; Saldaña Gutiérrez, 1997; Rivera Avilés, 1999; De la Torre, 2000; Berumen Castro, 2002); dos trabajos se relacionan con la práctica profesional del periodismo científico en el país (Rocha Gutiérrez, et al, 2000; Cuellar Díaz, 2002). Así, suman nueve tesis que abordan al periodismo científico-tecnológico en México.

Por otro lado, se encontraron dos descripciones del contenido manifiesto en la información periodística que los medios de comunicación masiva difunden acerca de la cultura (Puente Santamarina, 1978; Briseño Uribe y Hernández Kuret, 1999); un análisis sobre la censura como obstáculo en el desarrollo del periodismo cultural (Cadena Flores, 1990); una descripción del documental artístico como una herramienta eficaz en el periodismo cultural (López Argoitia, 1994); una indagación sobre la práctica profesional del periodismo cultural dentro de las organizaciones informativas (Bellón Cárdenas, Kroefly Ahumada, 1996); una recuperación cronológica de las revistas culturales editadas en Guadalajara durante el período de 1970-2000 (Gómez Molina, 2002); un estudio historiográfico de la radio cultural en Guadalajara (Trueba Mendoza, 2004); así como también un análisis que busca esclarecer el concepto de cultura expresado en los diarios (Navarro Westphal, 2005). Este grupo de tesis suman ocho.

Ahora bien, si se centra la atención en el tipo de medio de comunicación que se analiza en las tesis, los diarios aparecen como el medio más recurrente para analizar la práctica periodística nacional; se contabilizaron trece documentos.

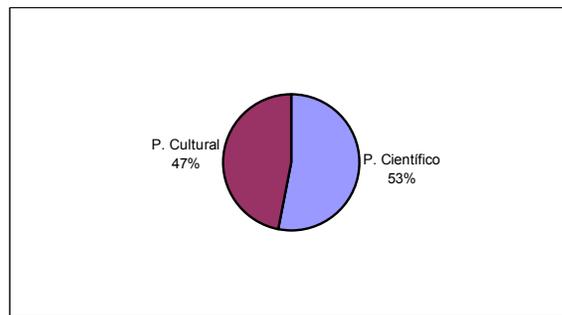
La radio (noticieros radiofónicos), la televisión (programas televisivos), las revistas especializadas y el cine (documentales artísticos) también fueron del

interés de los estudiosos para abordar al periodismo tanto cultural como científico. Estos últimos casos fueron tema de tesis solamente una vez por medio de comunicación.

c) Reflexiones teóricas

Se identificaron así mismo, diez y siete documentos considerados como reflexiones teóricas o ensayos sobre el periodismo especializado. De éstos, nueve (el cincuenta y tres por ciento) se refieren al periodismo científico-tecnológico y ocho que representa el cuarenta y siete por ciento, al periodismo cultural. Como se aprecia en la gráfica dos, los porcentajes aparecen similares entre sí, fenómeno que ocurrió de igual manera en el conjunto de las tesis.

Gráfica 2
*Reflexiones teóricas acerca del periodismo científico
y periodismo cultural*



La década de los noventa parece ser el período histórico en el que la academia manifestó alto interés por el estudio del impacto del periodismo especializado: científico-tecnológico y cultural en la sociedad contemporánea. Tal fenómeno pudiera responder a los nuevos estilos de vida, preponderantemente urbanos, modernos, y moldeados por los medios masivos de comunicación.

Por tanto, son consecuentes las preocupaciones manifiestas con mayor frecuencia en estas reflexiones: la importancia social que tiene la difusión masiva de los avances científicos y el uso de las tecnologías de comunicación como instrumentos útiles para la divulgación del conocimiento. El cincuenta y tres por

ciento de estos trabajos coinciden tanto en la crítica como en la exhortación para mejorar la práctica del periodista especializado quien es en última instancia, el responsable de lograr un vínculo entre el conocimiento científico-tecnológico y el receptor.

La práctica del periodismo cultural aunque en menor proporción que la del periodismo científico—treinta y cinco por ciento- atrajo la atención de los autores de los textos, quienes destacan la labor informativa y formativa que en esta línea de trabajo tienen los medios de comunicación.

Por su parte, también fue tema de reflexión (veintidós por ciento) la tarea de divulgación de conocimiento y de promoción de prácticas culturales por parte de las universidades, en particular la Universidad Nacional Autónoma de México, mediante el uso de la radio y la televisión, cuyo objetivo explícito ha sido promover el mejoramiento de la calidad de vida de la población a la que influyen directa o indirectamente.

En cuanto a cuáles medios de comunicación se abordan en los estudios, es notable que los diarios continúen siendo “el medio”. Casi un cincuenta y nueve por ciento de los autores consideran aún al periódico como El canal para la difusión de la ciencia y la cultura. Tan sólo se localizó en esta búsqueda un artículo que aborda el cambio que el Internet está produciendo en la manera de difundir la ciencia. Su autor, Javier Cruz Mena (2002) afirma que este tipo de periodismo tiene muchas oportunidades para sobrevivir en la red debido a que la especialización del ejercicio del periodismo científico permite conservar cierto grado de exclusividad. Incluso pronostica que el Internet será uno de los medios de comunicación más accesibles, económicos y efectivos que existirá ya que cuenta con características tanto de la comunicación escrita como es la permanencia en el tiempo al ser posible imprimir y/o archivar electrónicamente documentos, como cualidades de los medios electrónicos actuales (la radio y la televisión), como son la inmediatez, la ubicuidad y el rango de impacto en la sociedad receptora.

d) Compilación de artículos periodísticos

Se identificaron algunas compilaciones y antologías de artículos de difusión científica (Martínez Morales, 1997; Druker Colín, 1999; Moshinsky, 2000; Régules

Ruiz-Funes, 2003; Chimal, 2004;), cuyos autores generalmente son científicos o periodistas interesados en la ciencia y quienes abordan regularmente, en algún diario nacional, temas acerca de investigaciones en curso, políticas científicas y tecnológicas, o bien desarrollan su opinión sobre la importancia de la difusión de la ciencia en la sociedad, sobre las actitudes que los receptores manifiestan en torno a los desarrollos científicos y tecnológicos o bien sobre la práctica periodismo especializado en sí misma.

2.3 Medios de comunicación y periodismo en México

Regina Jiménez de Otlalengo (1974) escribió un artículo llamado *Un periodismo mexicano, su situación social y sus fuentes de información: una ilustración de la Teoría de la Dependencia en el ámbito de la comunicación* que gira en torno de los resultados de una investigación realizada en mil novecientos setenta y cuatro y publicada en la Revista Mexicana de Sociología de ese mismo año. El objetivo de la autora fue identificar las fuentes informativas de los diarios de la ciudad de México y con ello, y con el sustento teórico de la Teoría de la Dependencia, analizar el papel de los medios de información en los países económicamente débiles y tomó a México como representante.

Este estudio se realizó con herramientas metodológicas diversas, pues la autora se valió del análisis de contenido para describir la información de los diarios seleccionados y de la entrevista semi-estructurada que aplicó a algunos de los encargados editoriales de la prensa tanto privada comercial como gubernamental. El resultado fue la identificación del tipo de dependencia cultural externa y el dominio interno de las clases dominantes en el discurso político nacional que circulaba en la década de los setenta.

Televisa: una semana de programación: ¿mente sana, cuerpo sano? escrito por Florence Toussaint (1985) es un estudio publicado en el libro *Televisa el quinto poder*, compuesto por diversos artículos en torno a la industria cultural más importante en el país.

La intención de la autora fue describir la programación semanal de un canal de la televisión abierta nacional con el análisis de contenido como herramienta metodológica. La descripción del perfil que resultó de dicho canal ofrece la

posibilidad a la autora de plantear algunas inferencias y conclusiones respecto a la programación y a la intención de la misma: La programación de entretenimiento es mayoritariamente extranjera, en particular de Estados Unidos y es para un público masivo, sin exigencias de contenido; la información sobre lo que pasa en el mundo, como son los noticieros, es asidua, profusa y parcial. Se confunde con facilidad la noticia con el comentario. La empresa hace una presentación acrítica de algunos productos artísticos, series y documentales extranjeros y su pluralismo se reduce a invitar al estudio y entrevistar a intelectuales diversos (Toussaint, 1985).

Blanca Aguilar Plata (1987) por su parte, presenta *Aproximación al estudio de la prensa diaria mexicana*, artículo aparecido en la Revista mexicana de ciencias políticas y sociales de la UNAM, en donde ofrece los resultados de una sistematización de la prensa diaria de la ciudad de México, como también de aquella información que las universidades han tomado como base teórica para la formación de periodistas profesionales. Con este trabajo la autora busca ubicar la función del periodista en particular y de los medios de comunicación en general dentro del marco del desarrollo social del país.

Radio UNAM: una opción en el cuadrante, ponencia de Malena Mijares (2000) que forma parte del documento Los medios públicos de la comunicación en el marco de la reforma del Estado de México. Aquí la autora ofrece una descripción cronológica del surgimiento de la Radio UNAM, del compromiso institucional de divulgar las actividades universitarias, de la difusión del arte y las ciencias; su papel informativo y su función didáctica con carácter plural.

2.4 Periodismo cultural en México

La tesis de Cecilia Puente Santamarina, *El concepto de cultura implícito en los suplementos culturales de los principales diarios del Distrito Federal*, que data de 1978, contempla el análisis de contenido de suplementos culturales que circulan en el Distrito Federal. La autora selecciona cuatro ejemplares de los suplementos culturales pertenecientes a diez diarios del DF.

Puente Santamarina, con base en el estudio sobre prensa de Jules Gritti y las definiciones de cultura de Ruth Bebedict, Ralph Linton, Levi-Strauss, Antonio Gramsci, Umberto Eco y Pablo González Casanova entre otros, determina cuál es el

concepto de cultura que debería leerse de manera implícita en los suplementos culturales. Puente Santamarina trata de definir un concepto de cultura para México y busca comprobar que los medios de comunicación de masas acercan la alta cultura a un público mayor. Para el análisis, la autora establece como categorías los conceptos de izquierda, derecha, centro, congruente e incongruente. Como conclusión, sugiere contextualizar la información publicada en suplementos culturales, y asegura que los temas de los productos analizados no se aproximan a la “cultura general” ni a aspectos relacionados con México, por lo que de acuerdo con Bellón Cárdenas y Kroepfly Ahumada (1996), quienes la citan en su trabajo de tesis, el concepto de cultura propuesto por la autora, resultó ser limitado.

Por su parte, María Eugenia Calleja Bello (1988) presentó la tesis *Situación actual del periodismo cultural en México* trabajo recepcional considerado como el primer manuscrito de este tipo que aborda el tema a nivel nacional.

Angelina Cadena Flores (1990) egresada de la Universidad Intercontinental presentó su tesis de licenciatura *La censura en el periodismo cultural*. El objetivo de la tesista fue identificar “la esencia del periodismo cultural” y el fenómeno de la censura en el desarrollo de la prensa en México y así definir los aspectos que orientan la práctica periodística cultural y los factores que determinan la censura en el país, su práctica diaria y la manera en que este fenómeno condiciona la práctica profesional del periodismo en particular el especializado en cultura.

La autora utilizó la entrevista semi-estructurada al igual que la investigación documental hemerográfica del periódico La Jornada para el análisis de la práctica periodística con relación con las estructuras sociales que determinan el desarrollo social y político en México. Como resultado de ese trabajo queda una sistematización informativa sobre inconformidades de intelectuales y profesionales del periodismo respecto a la política cultural en México durante 1988, que la autora denomina “política de represión” y que según los entrevistados ha impactado en el ejercicio de la actividad periodística profesional en el país.

Laura López Argoytia (1994) en la tesis *El documental artístico como parte del periodismo cultural* busca convencer al lector de que si el periodista conoce las técnicas del documental cinematográfico y las utiliza en la elaboración del denominado documental artístico, podrá acceder al periodismo cultural. La

metodología utilizada en este caso, fue el análisis de contenido de un documental artístico, realizado por Michal Leszcyiowski y dirigido por Tarkovski.

El periodismo, la información y la difusión de la cultura, de Eduardo Andión Gamboa (1999) expone los parámetros conceptuales dentro de los que se conforma el problema de la intermediación del periodismo cultural como una propuesta de parte de agentes culturales para una acción niveladora de los desniveles culturales en un periodo de la historia mexicana.

El autor busca establecer a través de la categoría de campo de producción cultural de Pierre Bourdieu, los modos en que el periodismo cultural en México ha ido de la difusión a la divulgación de los contenidos y las informaciones acerca de las actividades culturales y las dificultades actuales para sostener el exitoso modelo de los medios del siglo diez y nueve, frente a la actual multiplicación de canales y de ofertas e intermediación entre creadores y público.

Carlos Monsiváis (2004) ofrece en *Del periodismo cultural* una síntesis histórica del periodismo cultural en nuestro país.

2.5 Periodismo cultural en Guadalajara

Mediaciones en la práctica del periodismo cultural: el caso de los editores de suplementos culturales en los diarios de Guadalajara, tesis presentada por Raquel Elizabeth Bellón Cárdenas y Andrés Alberto Kroepfly Ahumada (1996), tuvo como objetivo identificar la práctica profesional del periodismo dentro de las instituciones periodísticas y analizar los productos generados, el proceso de producción y las negociaciones que son necesarias para realizar esta práctica. Además de rescatar los aportes de quienes en la práctica –editores- han conocido de cerca el ámbito de la producción de suplementos culturales en Guadalajara lo que representa para los tesisistas, un elemento determinante dentro del proceso de construcción de mensajes.

La metodología elegida en este caso fue la observación participante en una investigación empírica, la entrevista semi-estructurada a los editores de diversos diarios locales y el análisis de contenido de la información sobre cultura que en ellos se edita.

Para ello también se apoyan en la perspectiva sociocultural y la construcción social de la realidad que desarrollan Berger y Luckmann (2003); la producción social de la comunicación, reflexión hecha por Manuel Martín Serrano (1977) y la producción de la noticia de Tuchman (1983). De Pierre Bourdieu, le son útiles los conceptos de campo de poder, campo intelectual y hábitos de clase.

Hilda Flor Briceño Uribe y Beatriz Hernández Kuret (2000) en su tesis *Las Bellas Artes en la prensa local de Guadalajara. Análisis descriptivo mil novecientos noventa y siete mil novecientos noventa y ocho* hacen una descripción del “cómo y hacia dónde camina el enfoque comunicativo de la manifestación de las Bellas Artes expresadas a través de la prensa local de Guadalajara”. Las autoras estaban interesadas en conocer el grado y tipo de difusión que los medios dan a la cultura, entendida ésta como manifestaciones de las Bellas Artes. Se apoyan en el pensamiento de Gilberto Jiménez (1982) expresado en “Para una concepción semiótica de la cultura” para definir cultura y en Pierre Bourdieu (1986) quien acuñó el concepto campo. Este es un estudio descriptivo- comparativo entre diversos diarios locales.

María de Lourdes Trueba Mendoza (2004) presenta *Dieciocho años del proyecto de radio A las nueve con Usted* trabajo de tesis de licenciatura en el que describe de manera cronológica dicho programa cultural radiofónico. Resalta el impacto que la radio cultural ha tenido a lo largo de su historia en la comunidad de Guadalajara. Proporciona un panorama amplio de la evolución de la radiodifusión cultural en la ciudad y las dificultades que este proyecto ha enfrentado para crecer y evolucionar hasta donde se encuentra hoy día.

2.6 Periodismo científico- tecnológico en México

Estudio descriptivo basado en el análisis de contenido de la comunicación científica de mil novecientos setenta y siete aparecidos en ocho periódicos de cobertura nacional originados en el DF, de Nuria Benet Marsa (1979) desde el punto de vista de la orientación de las noticias, ya sea dirigida hacia la reseña de acontecimientos concretos o bien hacia el tratamiento analítico e interpretativo de algún tema científico de mayor amplitud, es el primer trabajo académico registrado que se acerca al periodismo científico en México.

El objetivo de Benet fue identificar las tendencias que durante mil novecientos setenta y siete seguía la prensa mexicana respecto a la transmisión de las noticias científicas, para así establecer ciertas técnicas estructuradas de acuerdo a los lineamientos básicos de la ciencia y que contribuyeran más adecuadamente al fin difusor que se proponían en aquellos tiempos.

La metodología elegida para este estudio fue el análisis de contenido y la orientación teórica se construyó a partir del pensamiento de Mario Bunge y de Kerlinger respecto a la ciencia.

Guadalupe Zamarrón (1985) presenta el artículo *La ciencia por televisión: ¿una imagen vale más que mil palabras?* Busca describir la difusión de la ciencia en México y de México. Compara la información generada en el país con la que proviene del extranjero.

Para este propósito utiliza el análisis de contenido de la programación de la televisión abierta en el DF. Uno de los resultados a los que llegó la autora fue hacer explícita la necesidad de mejorar la formación crítica de los televidentes e incrementar en calidad y cantidad la producción nacional de programas científicos cuyo objetivo fuera promover la identidad y el desarrollo cultural, económico y tecnológico del país.

Experiencias de la divulgación de televisión y ciencia en México (Toussaint, 1985) es una sistematización de las experiencias más significativas de divulgación de tecnología y ciencia en nuestro país. Se hace un análisis de publicaciones especializadas de divulgación desde el siglo XIX hasta 1985, y una revisión panorámica histórica sobre la difusión científica en la radio, televisión y prensa en la década de los ochenta.

Mediante una investigación documental e histórica, complementada con entrevistas semi-estructuradas a científicos, y estudio a revistas editadas en la ciudad de México; así como con un análisis de contenido de una semana de programación en los canales de radio y televisión capitalinos y de la difusión científica en diversas ciudades del país tales como: Monterrey, Nuevo León; Cuernavaca, Morelos y Morelia y Pátzcuaro, Michoacán se dibuja una panorámica del estado de la divulgación científica a lo largo del siglo veinte. Se compara el material dirigido a un reducido sector de la población por las publicaciones especializadas y la difusión masiva a través de la radio y la televisión. El

documento concluye que ha existido una débil si no nula difusión de la ciencia a lo largo de la historia moderna mexicana.

Por su parte, Antonieta Vizcaíno Cook presenta un libro llamado *Una visión sobre la divulgación de la tecnología y la ciencia para niños* (1986) busca caracterizar al niño mexicano, a la ciencia y a la tecnología e identificar elementos que formen un marco de referencia a partir del cual se diseñen y produzcan mensajes de divulgación masiva adecuada a los niños mexicanos.

Carlos López Beltrán (1985) en *La creatividad en la divulgación de la ciencia. La creación del mensaje científico* abre una discusión sobre las experiencias y planteamientos hechos por científicos y periodistas especializados en difusión de la ciencia, respecto a la definición de los conceptos básicos en la actividad divulgadora. López Beltrán afirma que la divulgación científica es una construcción discursiva autónoma y creativa; que no es un apéndice del mundo científico. Por su fin y su exigencia está más cerca de los textos literarios. En su reflexión hace una comparación entre la divulgación de la ciencia con la novela policíaca en cuanto a que en ambas se debe de enganchar al lector para que llegue al final del texto.

La necesidad de profundizar el periodismo científico en la prensa escrita de Rocha Gutiérrez, Torices Zavala y Verdín García (1995) es una tesis que ofrece un panorama del origen, el objetivo y la importancia de la divulgación científica en prensa. La metodología que los autores utilizaron fue un análisis hemerográfico, complementado con un cuestionario sobre el interés sobre la ciencia dirigido al público en general y una encuesta en los institutos de investigación sobre el por qué de la escasez de boletines informativos respecto al trabajo científico que ahí se realiza.

Una de las conclusiones que resaltan los autores es la falta de periodistas y profesionales que atiendan la demanda de información científica en el país. Afirma que aún se improvisa y el público con frecuencia recibe mensajes confusos y en general, no se valora la actividad divulgadora como actividad especializada.

Lucía Saldaña Gutiérrez (1997) busca en *Periodismo científico y la divulgación de la ciencia en México*, identificar el perfil del periodismo científico que se hace en los medios de comunicación masivos en el Distrito Federal y el espacio dedicado a la Ciencia y la Tecnología. Analiza el contenido de una quincena

de prensa, un bimestre de revistas y una quincena de radio y televisión (monitoreo). Esta tesis ofrece un directorio de fuentes científicas consultables en la ciudad de México.

La falta de divulgación del periodismo científico en la televisión abierta mexicana de Verónica Rivera Avilés (1999) también abordó el tema de la difusión de la ciencia por los medios de comunicación en particular la televisión abierta nacional y la problemática que esta presenta en la práctica.

Por su parte Scarlet Cuellar Díaz (2002) presentó un informe de servicio social llamado *El periodismo científico dentro del Instituto Mexicano del Petróleo* en donde narra su experiencia como reportera especializada en ciencia y propone para mejorar la calidad de la práctica profesional al interior de dicha institución, un manual que sirva de guía a los siguientes profesionistas de la comunicación que formen parte del equipo de divulgación del Instituto del Petróleo.

2.7 Periodismo científico-tecnológico en Guadalajara

Alfonso Hernández Barba y Edgar Villalpando presentaron *La comunicación pública de la ciencia y la tecnología* (1987) un informe de una investigación cuya finalidad fue analizar la actividad de tres medios de comunicación masiva respecto a la difusión de la ciencia y la tecnología en Guadalajara. Este análisis dentro del contexto del subdesarrollo y la dependencia, resalta que la comunicación pública tiene un papel clave en la construcción de una cultura científica y tecnológica en todos los sectores de la población al hacer de su conocimiento el papel de la ciencia y la tecnología en el desarrollo económico, social y cultural del país.

La comunicación masiva de la ciencia y la tecnología, tesis realizada por Blanca Rodríguez Muñoz, Ana Maida Vizcaíno Cervantes y José Edgar Villalpando Aguilar (1989) aporta información empírica acerca de la oferta de los medios de comunicación masiva con cobertura en Guadalajara con respecto a la ciencia y la tecnología y la manera en que la población recuerda y valora a la ciencia y a la tecnología. Una de las conclusiones que ofrece este estudio es que la ciencia y la tecnología no se han constituido hasta ese momento, en un marco de referencia significativo en la función mediadora de la comunicación masiva. Sólo tres por

ciento de los productos ofrecidos por los medios se refieren a ellas. El análisis abarcó televisión, radio y prensa, medios de comunicación, tanto nacionales como locales.

Las tendencias en el contenido de Ciencia y Desarrollo: análisis cuantitativo del período 1990-1995, es la tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación de Verónica Galán Villegas (1996). Este documento ofrece un análisis de contenido de los ejemplares de la revista especializada en ciencia: *Ciencia y Desarrollo* editada por el CONACYT y ofrece un panorama general sobre la agenda temática que se difundió en ese periodo.

La divulgación científica como comunicación es una tesis de licenciatura que aborda la práctica del periodismo especializado en ciencia y tecnología analizado desde la perspectiva comunicacional presentada por Sofía Berúmen Castro (2000).

Federico de la Torre (2000) presentó, dentro de una compilación de estudios histórico-sociales de la prensa en Iberoamérica, *Prensa científica en Guadalajara en el siglo XIX*, los resultados de una investigación descriptiva en torno al Boletín que la Sociedad de Ingenieros de Jalisco, gremio científico-profesional editara durante el período de mil ochocientos ochenta a mil ochocientos ochenta y siete. El autor busca reivindicar la importancia de dicha publicación como fuente básica para estudios futuros sobre la historia del desarrollo de la ciencia y la tecnología y su difusión en la región occidente del país. Para el análisis, el autor utilizó los informes de la Sociedad de Ingenieros y el mismo Boletín.

2.8 Estudios en torno de los medios de comunicación en la línea del análisis de contenido en México

María de los Ángeles Huerta (2004), académica de la UNAM, realizó un estudio descriptivo en torno a la sistematización conformada por Fuentes Navarro en diferentes períodos acerca de la investigación académica sobre medios de comunicación en México. Huerta eligió para su trabajo, el período comprendido entre mil novecientos noventa y cuatro y dos mil tres. El propósito de su tarea fue

identificar los documentos⁴ relacionados directa y únicamente con los medios de comunicación dentro del universo ya conformado por la sistematización antes citada.

En esa investigación se consideraron como criterios de selección que los trabajos fueran:

- 1) Investigaciones vinculadas con aspectos teórico-metodológicos en el estudio de la comunicación y los medios;
- 2) investigaciones académicas referidas específicamente a los estudios de recepción y audiencia;
- 3) Documentos sobre los procesos de producción, consumo y economía política de la comunicación, sociología de los medios, de la producción de mensajes y del consumo de medios de comunicación y análisis de contenido.

Tabla 4

*Estudios en torno a los medios de comunicación,
por área de interés académico*

Áreas de interés académico	Número de trabajos	Porcentaje
Sociología de medios y análisis de contenido	474	34 %
Histórico-descriptivos	188	13 %
Nuevas tecnologías	164	11 %
Teórico-metodológico	147	10 %
Recepción y apropiación de mensajes	121	8 %
Estado del arte de la investigación de la comunicación masiva	98	7 %
Marco jurídico de los medios	88	6 %
Elecciones y medios	67	5 %
Medios de comunicación y educación	64	4 %
Otros	25	2 %
Total	1,436	100 %

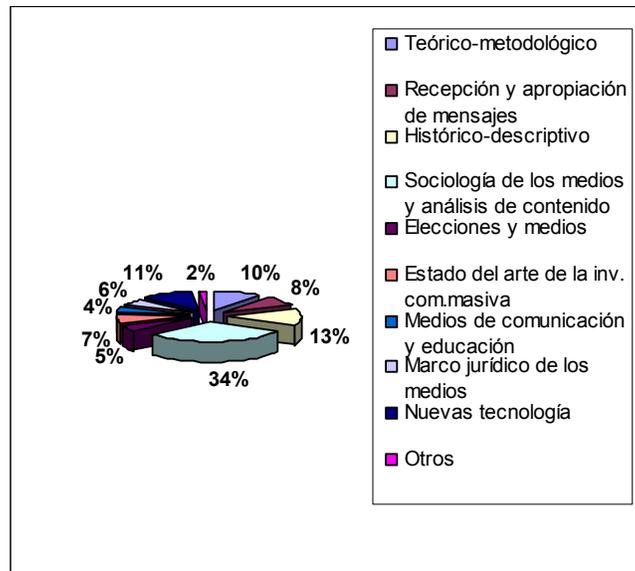
⁴ En el estudio que presenta Huerta, únicamente se registraron documentos en formatos de libros, capítulos y artículos incluidos en revistas mexicanas publicadas durante ese período. Las tesis quedaron excluidas de su objeto de estudio.

Con tal criterio, se identificaron mil cuatrocientos treinta y seis documentos producidos en dicha década. Se aclara que aunque esa clasificación no fue excluyente entre sí y por lo tanto, un documento pudo haberse incluido en dos o más categorías, la cifra global expresa la existencia de una gran cantidad de investigaciones relacionadas con los medios de comunicación.

Un primer acercamiento cuantitativo describe el interés académico de entonces en torno a los medios de comunicación. El rubro, en el que se engloban trabajos sobre análisis de procesos y condicionantes en la producción de mensajes mediáticos en México, economía política, sociología de los medios de producción de mensajes y del consumo de medios de comunicación, así como análisis de contenido representa prácticamente la tercera parte (treinta y cuatro por ciento) del total de los mil cuatrocientos ochenta y un documentos contabilizados.

Gráfica 3

Estudios en torno a los medios de comunicación, por área de interés académico



Esos estudios cuyo número asciende a cuatrocientos setenta y cuatro, parecen tener enfoques críticos de la corriente de la economía política y del imperialismo cultural. De acuerdo los resultados que presenta Huerta (2004) el

supuesto que impera en este conjunto es que los medios de comunicación pueden ser vistos como importantes estructuras sujetas a las presiones de las élites y por lo tanto responden en su funcionamiento y contenidos a los intereses de dicho poder. Esas investigaciones se interesan por determinar los aspectos subyacentes y no explícitos de los proceso de comunicación, es decir, los aspectos ideológicos de los sistemas de comunicación que observan y analizan.

Lozano Rendón (1994) afirma que el análisis de contenido es una útil técnica cuantitativa de investigación sistemática de los mensajes y un valioso instrumento para una descripción confiable del contenido en todo tipo de estudios, sean éstos empíricos o críticos. La tabla cinco y la gráfica cuatro siguientes muestran que únicamente el tres punto cinco por ciento de los documentos localizados por Huerta y pertenecientes a tal categoría tienen como tema central el desarrollo y uso del análisis de contenido.

Tabla 5

Estudios desde la perspectiva de la sociología de los medios y análisis de contenido

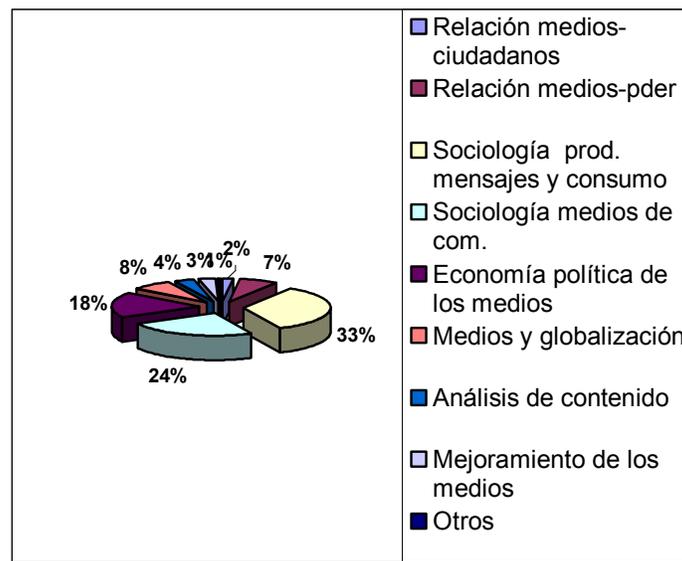
Temática de estudios	Número de trabajos	Porcentaje
Sociología de la producción de mensajes y consumo	165	34 %
Sociología de medios de comunicación	116	24 %
Economía política de los medios	86	18 %
Medios y globalización	38	8 %
Relación medios-poder	35	7 %
Análisis de contenido	17	3.5 %
Mejoramiento de los medios	15	3 %
Relación medios-ciudadanos	9	2 %
Otros	3	0.5 %
Total	474	100 %

En la tabla cinco se muestran en mayor número, los estudios en torno a la sociología de la producción de mensajes y consumo que suman treinta y cuatro por ciento y aquellos basados en la sociología de los medios de comunicación con un veinticuatro por ciento.

También sobresalen los documentos en lo se aborda la economía política de los medios con el diez y ocho por ciento; los medios y la globalización con un ocho por ciento y los estudios que se centran en la relación medios y poder con un siete por ciento.

Gráfica 4

Estudios desde la perspectiva de la sociología de los medios y análisis de contenido



Ahora bien, por nuestra parte y con el propósito de complementar los datos ofrecidos por Huerta en su trabajo descriptivo arriba analizado, se realizó una búsqueda más amplia pero a la vez, más específica, de documentos que tuvieran relación directa con el análisis de contenido.

Esa búsqueda que se realizó en la base de datos especializada en comunicación <http://docu.gdl.iteso.mx/ccdoc/cat.aspx> no se limitó ni en fecha ni en el tipo de formato que tuviera el documento; sino que se abrió al propósito de conocer de alguna manera, la evolución académica en cuanto al interés en el conocimiento, desarrollo y aprovechamiento del análisis de contenido como herramienta teórico-metodológica en la investigación de la comunicación social en el país.

Una primera búsqueda general, únicamente con el término Análisis de contenido como palabra clave, arrojó la cantidad de cuatro mil trescientos veinte tres registros.

Ese resultado se depuró al hacer de los siguientes cruces:

- Análisis de contenido AND Periodismo,
- Análisis de contenido AND Prensa,
- Análisis de contenido AND Medios de comunicación

Con estos cruces se identificaron setenta y cuatro trabajos útiles para la investigación que nos ocupa.

Tabla 6

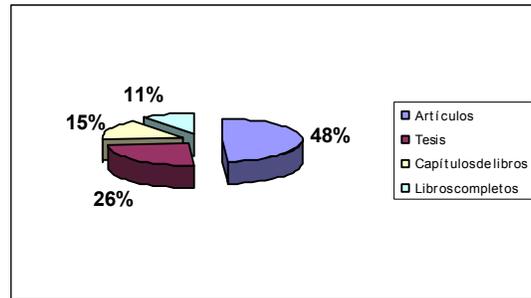
Estudios en torno a los medios de comunicación con la metodología de análisis de contenido, por formato

Tipo de documentos	Número de trabajos	Porcentaje
Artículos	36	48 %
Tesis	19	26 %
Capítulos de libros	11	15 %
Libros completos	8	11 %
Total	74	100%

De ese total, el cuarenta y ocho por ciento fueron artículos de revistas. El veintiséis por ciento se refieren a tesis de grado, el quince por ciento lo conforman capítulos de libros y el once por ciento restantes, lo suman libros sobre el tema.

Gráfica 5

Estudios en torno a los medios de comunicación con la metodología de análisis de contenido, por formato



Las fechas en las que fueron publicados los trabajos en torno a los medios de comunicación, en la línea del análisis de contenido, muestran la tendencia teórica-metodológica en la generación de conocimiento en torno a la comunicación en México.

De los setenta y cuatro textos ubicados, se identificaron tres trabajos sobre medios de comunicación y análisis de contenido publicados en la década de los sesenta; seis en los sesenta. Diecinueve de ellos están fechados en algún año de la década de los ochenta. En los noventa, se incrementó notoriamente el número de trabajos en esta línea; sumaron veintisiete. De lo que va de la década del dos mil se llevan registrados diez y nueve documentos⁵.

Este notable crecimiento en el uso del análisis de contenido lo explica Lozano Rendón (1994) cuando afirma que el análisis de contenido empezó a mostrar su utilidad ya no para la legitimación, sino para el cuestionamiento del impacto social de los mensajes. Además autores de la corriente crítica como Bourdieu y Morley (Bourdieu y Morley en Lozano 1994) han aceptado y en ocasiones han utilizado técnicas cuantitativas como el análisis de contenido en el desarrollo de sus estudios.

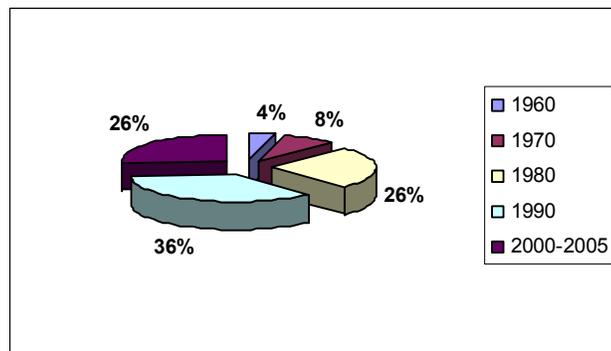
⁵ Se incluyeron en esta búsqueda documentos fechados hasta el año 2005, inclusive.

Tabla 7
*Estudios en torno a los medios de comunicación
 con la metodología de análisis de contenido, por década*

Década de publicación	Número de trabajos	Porcentaje
1960	3	4 %
1970	6	8 %
1980	19	26 %
1990	27	36 %
2000	19	26 %
Total	74	100 %

Entre el gremio de los investigadores de América Latina y en México en concreto, es manifiesta la opinión de favorecer la triangulación de resultados mediante el uso combinado de técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación; el análisis de contenido incluido.

Gráfica 6
*Estudios en torno a los medios de comunicación
 con la metodología del análisis de contenido, por década*



Aparecen veinticuatro temas de interés en este conjunto. De entre los setenta y cuatro documentos localizados, sobresale la política nacional en un trece por ciento. Sin embargo, si sumamos aquellos temas que se refieren a la política de una u otra manera, resultan treinta y cinco trabajos, es decir el cuarenta y siete por

ciento del total; casi la mitad de ellos. Es de llamar la atención el del interés de los investigadores por los temas políticos en el ámbito de la comunicación social.

Los estudios histórico-descriptivos de diarios así como la cobertura periodística de desastres naturales, los valores noticiosos que se enfatizan en los contenidos que se difunden por los medios de comunicación y el caso de las elecciones, siguen en frecuencia de aparición. Estos cuatro temas representan el nueve punto cuatro por ciento, respectivamente.

En el otro extremo, temas tales como lo urbano, el deporte, la salud, la ecología y los asuntos indígenas, aunque fueron tomados en cuenta como objeto de estudio, representan escasamente el uno punto tres por ciento cada uno en la cobertura de temas.

Tabla 8
Estudios en torno a los medios de comunicación, por temas

Temática	trabajos	Porcentaje
Política nacional	9	13 %
Histórico descriptivo /Diarios	7	9.4 %
Desastres Naturales	7	9.4 %
Valores periodísticos	7	9.4 %
Elecciones	7	9.4 %
Imagen de México en diarios extranjeros	6	8 %
Imagen de EUA en diarios mexicanos	4	5.5 %
Agencias informativas	3	4 %
Sociedad civil	3	4 %
Derecho a la información	2	2.7 %
Mujeres periodistas	2	2.7 %
Guerra	2	2.7 %
Política en otros países	2	2.7 %
Derecho a la información	2	2.7 %
Política económica	2	2.7 %
Ecología	1	1.3 %
Salud	1	1.3 %
Deportes	1	1.3 %
Partidos Políticos	1	1.3 %
Nota Roja	1	1.3 %

Indígenas	1	1.3 %
Lo urbano	1	1.3 %
Relaciones EUA/MEX	1	1.3 %
Metodología para análisis de medios	1	1.3 %
Total	74	100 %

Ahora bien, dentro de ese conjunto de documentos, se hizo un acercamiento particular para conocer la producción de trabajos recepcionales en la línea de análisis de contenido. Se identificaron por grado académico y por origen de producción.

a) Grado académico

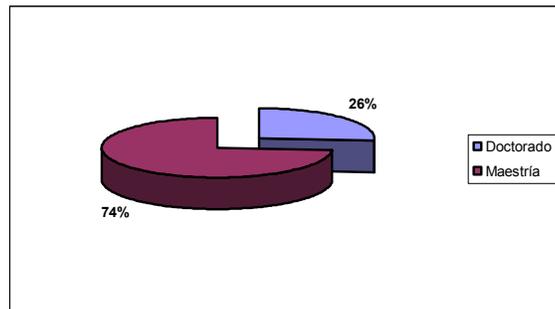
Se identificaron diez y nueve tesis entre los setenta y cuatro documentos; de los cuales catorce pertenecen al grado de maestría y cinco se ubican en el grado de doctorado.

Tabla 9
*Tesis con metodología de análisis de contenido,
por grado académico*

Postgrado	Número de trabajos	Porcentaje
Maestría	14	73.5 %
Doctorado	5	26.5 %
Total	19	100 %

Los datos que aquí aparecen permiten suponer que el interés en el análisis de contenido como herramienta básica de indagación se desarrolla y aplica con mayor expansión en el grado de maestría. Esto se puede deber a que existe mayor oferta de estudios de maestría que de doctorado en el área, en México.

Gráfica 7
*Tesis con la metodología del análisis de contenido,
 por grado académico*



b) Origen

Cinco de los trabajos recepcionales fueron de universidades norteamericanas cuya temática gira en torno a México, la imagen de México en los medios o los medios de comunicación mexicanos.

Tabla 10
*Tesis con la metodología del análisis de contenido,
 por lugar de origen*

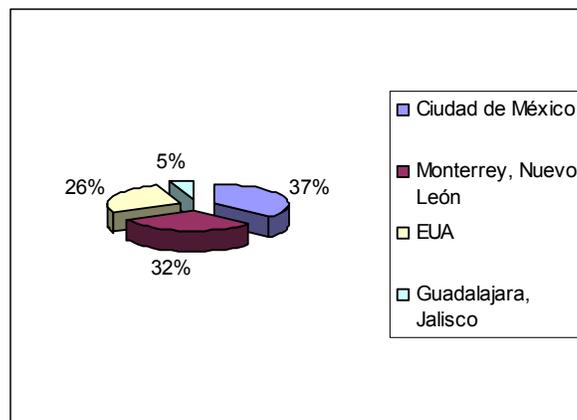
Origen de tesis	Número de trabajos	Porcentaje
Ciudad de México	7	37 %
Monterrey, Nuevo León	6	32 %
EUA	5	26 %
Guadalajara, Jalisco	1	5 %
Total	19	100%

En la ciudad de México se realizaron siete de las tesis, es decir casi el treinta y siete por ciento del total; seis (treinta y dos por ciento) se produjeron en

universidades de Monterrey, Nuevo León y una tesis fue de Guadalajara, Jalisco la que contabilizó el cinco por ciento.

Es significativo que Monterrey haya representado una tercera parte de los trabajos. Esto habla del interés universitario regiomontano por la aplicación del análisis de contenido para la generación de conocimiento académico en torno a la comunicación social en el país y en el extranjero.

Gráfica 8
*Tesis con metodología del análisis de contenido,
por lugar de origen*



2.9 Estudios realizados en la línea de sociología del periodismo, sociología de la comunicación y valores noticiosos

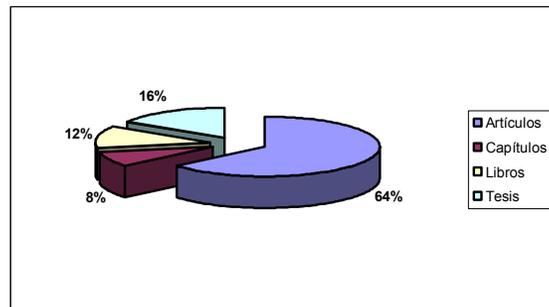
Una segunda búsqueda en la base de datos cuyos encabezamientos fueron en esta ocasión: Valores noticiosos, Sociología del periodismo y Sociología de la comunicación, arrojó veinticinco documentos. De estos resultaron diez y seis artículos, que suman el sesenta y cuatro por ciento de este grupo; cuatro tesis que significan el diez y seis por ciento; tres libros completos sobre el tema los cuales representan doce por ciento y dos capítulos de libros que completan el ocho por ciento restante.

Tabla 11
Documentos en la línea de valores noticiosos y/o
sociología del periodismo

Tipo de textos	Trabajos	Porcentaje
Artículos	16	64 %
Tesis	4	16 %
Libros	3	12 %
Capítulos	2	8 %
Total	25	100 %

De las cuatro tesis, dos son de maestría y las dos restantes se ubican en el nivel de doctorado.

Gráfica 9
Documentos en la línea de valores noticiosos y/o
sociología del periodismo



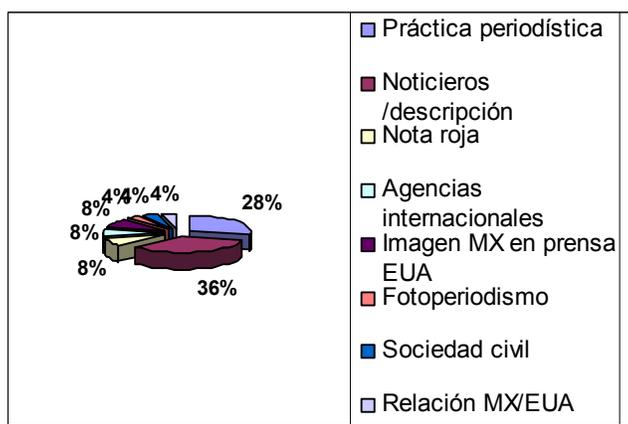
Ahora bien, la temática que se usa en los trabajos por un lado, se refiere a la práctica periodística y la organización interna de la empresa comunicadora; por el otro, aborda los valores que se expresan implícitamente en la información que se difunde por las agencias, en la nota roja y en las notas sobre política.

Tabla 12
*Documentos en la línea de valores noticiosos
y/o sociología del periodismo, por tema*

Temática	Trabajos	Porcentaje
Descripción de noticieros	9	36 %
Práctica periodística	7	28 %
Nota roja	2	8 %
Agencias informativas	2	8 %
Imagen de México en prensa norteamericana	2	8 %
Fotoperiodismo	1	4 %
Sociedad civil	1	4 %
Relación MEX /EUA	1	4 %
Total	25	100 %

Dentro de la línea de estudio de los valores noticiosos, la descripción de los noticieros resultó el aspecto más recurrente entre los estudios identificados, seguida por el estudio de la práctica periodística. Se puede visualizar una relación estrecha entre sí y se suman, el resultado sería un sesenta y cuatro por ciento de los veinticinco textos identificados

Gráfica 10
*Documentos en la línea de los valores noticiosos
y/o sociología del periodismo, por tema*



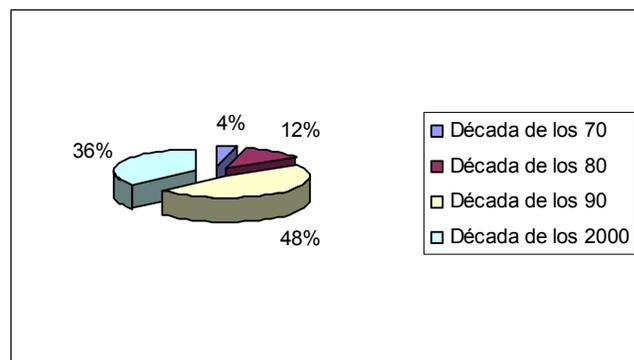
A partir de la década de los noventa y en lo que va de la década del dos mil se manifiesta mayor interés académico por centrar sus indagaciones en la línea de los valores noticiosos y la sociología del periodismo.

Tabla 13
Documentos en la línea de valores noticiosos y/o sociología del periodismo, por década

Década de publicación	Número de Trabajos	Porcentaje
1970	1	4 %
1980	3	12 %
1990	12	48 %
2000	9	36 %
Total	25	100 %

En conjunto, los documentos localizados en dichas décadas suman veintiuno, es decir el ochenta y cuatro por ciento del total registrado en esa categoría.

Gráfica 11
Documentos en torno a valores noticiosos y/o Sociología del periodismo, por década



Por otro lado, si ponemos un poco de atención en los autores de los trabajos aquí localizados, se identifica a un grupo particular que claramente ha tenido una

participación notable en el desarrollo de conocimiento en torno a los valores noticiosos, la *agenda setting* y a la sociología del periodismo en México.

Tabla 14
Documentos en la línea de valores noticiosos y/o Sociología del periodismo, por autor

Investigadores	Número de Trabajos	Porcentaje
Cecilia Cervantes Barba	5	20 %
José Carlos Lozano Rendón	5	20 %
Gabriel González Molina	5	20 %
Salvador León Vázquez	3	12 %
María Elena Hernández Ramírez	2	8 %
Dolores Martínez	1	4 %
Fernando Reyes Matta	1	4 %
Magdalena Elizondo Torres	1	4 %
Irene Agudelo Boiles	1	4 %
Mónica Álvarez Rodríguez	1	4 %
Total	25	100 %

La tabla catorce ofrece únicamente una muestra de lo que algunos de los investigadores académicos mexicanos más destacados en estos temas, ha desarrollado a lo largo de su trayectoria profesional.⁶

⁶ Se incluyeron trabajos identificados en las bases de datos consultadas hasta el 2005

3. Marco teórico-metodológico

La sociología del conocimiento centra su interés en los procesos mediante los cuales las sociedades conforman día a día, su realidad. En este contexto disciplinario se concibe como *realidad* a una cualidad propia de los fenómenos que se reconocen como independientes de la voluntad humana y al *conocimiento* como la certidumbre humana que se tiene de que esos fenómenos son reales y de que poseen características específicas. La sociología del conocimiento no se ocupa únicamente de las variaciones empíricas del conocimiento en las sociedades humanas, sino que también se interesa por los procesos por los cuales cualquier cuerpo de conocimiento llega a quedar establecido socialmente como realidad, sin detenerse en la validez o no validez de dicho conocimiento (Berger y Luckmann, 2003).

Los seres humanos construimos cotidianamente nuestra realidad y la de nuestro entorno que después de ser confrontada con la de otros en una interrelación social e inter-subjetiva se convierte en una realidad compartida, la cual no es distinta al modo cómo los actores en cuestión la interpretan, la interiorizan, la reelaboran y la difunden histórica y culturalmente (Alsina, 1989).

González Molina (1990) distingue y afirma que existe una diferencia entre las diversas reglas que rigen los procesos de significación simbólica compartida. Por un lado, se ubican aquellas significaciones que son producidas por grupos sociales sin que medien entre ellos controles organizacionales de manera directa, como sucede con los fenómenos de cultura popular: Las fiestas, los carnavales, las celebraciones religiosas que pueden ser identificadas por su relativa autonomía del mercado cultural.

Por otro lado, se encuentra la producción simbólica que está directamente ligada a las industrias culturales, a su mercado, y por tanto a las dinámicas organizacionales de producción, como sucede con los medios de comunicación. En estas instituciones prevalecen determinadas reglas organizacionales, rutinas de producción, valoraciones profesionales, ideología imperante que en conjunto caracterizan los productos culturales finales.

En las sociedades contemporáneas, los medios de comunicación y los profesionales que trabajan en ellos, contribuyen de manera específica a construir y difundir una realidad simbólica de manera simultánea a diversos y amplios grupos sociales. Esta realidad simbólica que se hace común entre los receptores, precisamente por su naturaleza abierta y compartida se le denomina *realidad social pública*.

El proceso de conformación de *realidades sociales públicas* es llevado a cabo, como ya se mencionó, por los aparatos de comunicación masiva mediante ciertas prácticas institucionalizadas de recolección, procesamiento y difusión cotidiana de información y por el reconocimiento social de que tal información es sujeta a ser creída.

Los medios de comunicación estructuran discursivamente esa realidad en diferentes formatos. La noticia que intenta proporcionar una versión *verídica* de lo que acontece en las sociedades es el género que tradicionalmente ha sido más utilizado para tal fin.

Tuchman (1983) visualiza a la noticia como una ventana desde la cual se mira al mundo. Esa mirada noticiosa es determinada por la específica manera de construcción de la información, pues la noticia es un producto de los propios periodistas, en tanto que estos actúan dentro de procesos, lineamientos y prácticas profesionales institucionalizadas para tal fin.

La noticia es así, una representación social de la realidad cotidiana producida institucionalmente y que se manifiesta en la construcción de un mundo posible (Alsina, 1989)

Adoni y Mane se plantean el rol de los medios de comunicación en el proceso de construcción social de la realidad. Dicho proceso lo contemplan desde el punto de vista dialéctico entre tres tipos de realidad:

- 1) La realidad social objetiva: Es experimentada como el mundo objetivo que existe fuera del individuo. Esta realidad es aprehendida por los individuos como algo que no necesita verificación y no dudamos de ella, permitiéndonos llevar a cabo los actos de existencia cotidianos.
- 2) La realidad social simbólica: Consiste en las distintas formas de expresión simbólica de la realidad objetiva. En este apartado entrarían los medios de comunicación, aunque hay multitudes de realidades simbólicas con diferentes sistemas de símbolos, entre los cuales, el individuo puede diferenciar las distintas esferas de realidad simbólica.
- 3) La realidad social subjetiva: Esta realidad tendría como *inputs* a los otros dos tipos. Es decir, el mundo objetivo y las representaciones

simbólicas se funden en la realidad social subjetiva. Las construcciones individuales de la realidad se basan en las acciones sociales individuales, la existencia en la realidad objetiva y el significado en expresiones simbólicas. Esta realidad objetiva-subjetiva e individual está organizada en términos de *zonas de relevancia* que difieren del aquí y el ahora de la esfera individual inmediata de actividad. La realidad social se percibe a través de un *continuum* basado en la distancia de estos elementos. Los elementos sociales con los que el individuo interactúa frecuentemente cara a cara son la parte “cercana” de las zonas de relevancia. Lo remoto de las zonas de relevancia está compuesto, en general por elementos sociales más abstractos que no son accesibles a la experiencia directa. A través de este *continuum* cercano-remoto y de los tres tipos de realidad descritos, Adoni y Mane (1984) pretenden clasificar y explicar los micro y macro niveles de la vida social (Alsina, 1989: 33)

Rodrigo Alsina (1989) afirma entonces que la efectividad del discurso noticioso no está en la persuasión o *hacer creer*, ni en la manipulación o *hacer hacer*, sino más bien en el *hacer saber*; es decir, que la noticia es efectiva precisamente por su propio hacer comunicativo. Así, la construcción de un patrimonio social cognitivo o realidad social pública depende entonces de la práctica productiva del periodismo.

3.1 Origen y desarrollo de la *Mass Communication Research*

Entre las diversas perspectivas de estudio que se han conformado en torno a la noticia y en general a los medios de comunicación se encuentra la *Mass Communication Research*, la cual se generó en EUA durante las décadas de los 40 y 50, a partir de un conjunto de diversos acercamientos teóricos y de investigaciones empíricas en comunicación, originalmente con intereses militares y bélicos. Lasswell fue uno de sus promotores principales y también quien introdujo un modelo básico - de quién dice qué, por qué canal a quién y con qué efecto - mediante el cual buscaba explicar los fenómenos de la comunicación social. Este movimiento académico no fue unívoco y dio lugar a la conformación de diversos enfoques teórico-metodológicos posteriores, entre los que se encuentran: el funcionalista, el funcional-estructuralista, el lingüista, el semiótico-crítico y las corrientes postmodernas.

Esos enfoques teórico-metodológicos han resultado herramientas útiles para entender y explicar desde diferentes ángulos, a la comunicación social como un fenómeno complejo.

Frente a esta visión existe otra postura al respecto de la *Mass Communication Research*, en la que dicha denominación se asocia específicamente a una tradición de investigación anglosajona surgida en los 60-70 respecto a las funciones y efectos de los medios de comunicación, al igual que sobre el cómo los medios construyen la imagen de la realidad social (Cervantes, 2004).

Los primeros estudios respecto a los efectos estuvieron vinculados a lo que Schulz en 1982 denominara *Transfermodell der Kommunikation* y que implicaba las siguientes premisas: a) Los procesos comunicativos son asimétricos: hay un sujeto activo que emite el estímulo y un sujeto más bien pasivo que es afectado por tal estímulo y reacciona. b) La comunicación es individual: un proceso que concierne fundamentalmente a individuos en particular y hay que estudiar a cada uno de ellos. c) La comunicación es intencional: la introducción del proceso por parte del comunicador se produce intencionalmente y está, en general, destinada a un fin; el comunicador apunta a un determinado efecto. d) Los procesos comunicativos son episódicos: comienzo y fin son limitados y cada episodio comunicativo tiene un efecto aislable e independiente (Wolf, 1994: 158).

Este paradigma, orientado originalmente a los efectos a corto plazo fue evolucionando hacia el estudio de los efectos a largo plazo. Los académicos interesados en el tema, cayeron en la cuenta de que en realidad los mensajes mediáticos no impactan directa e inmediatamente en el comportamiento explícito de la audiencia sino que más bien, influyen la forma en la que los sujetos receptores organizan su propia imagen del entorno. Los efectos ya no se relacionaron únicamente con las actitudes, valores y comportamientos del destinatario derivados por la exposición del público a cada mensaje; sino que se ubican como un efecto cognoscitivo acumulativo sobre los sistemas de conocimientos que el sujeto asume y estructura debido a su propio consumo de mensajes informativos, repetidos a lo largo del tiempo.

Mauro Wolf (1994) explica que dicha transición de perspectiva se debió a que el cuerpo epistemológico que sustentaba a la *Mass Communication Research* experimentó una evolución en el estudio de los efectos de los medios de comunicación. La teoría informacional de la comunicación que conceptualizaba

como únicos efectos significativos, aquellos considerados como valorables, visibles y susceptibles a ser compartidos, manifiestos como reacción a un estímulo, cedió espacio a la influencia de la sociología del conocimiento que centra su atención en la importancia y en el papel de los procesos simbólicos comunicativos como presupuestos de la sociabilidad.

La valoración de los efectos, entonces ya no se ubica en la relación directa con el consumo y atención a los medios de comunicación, sino que más bien, se hizo necesaria una valoración en el contenido y el significado de aquello a lo que se está expuesto. La adopción de esta nueva mirada epistemológica trajo consigo un modelo novedoso centrado en el proceso mismo de significación.

Mucho de lo que la gente sabe sobre la vida pública: la política, la cultura, la vida urbana e internacional ha sido aprendido de segunda o tercera mano, a través de las noticias y los medios de comunicación los cuales estructuran el contexto público “real” y “creíble” aunque en ocasiones, lejano a los receptores.

La difusión informativa mediática tiene como característica la repetición. Esta característica da por resultado un conjunto de conocimientos compartidos sobre una realidad social específica que a su vez, contribuye a conformar una visión del mundo específica dentro de una cultura particular, en un tiempo y un espacio concretos.

Desde tal perspectiva, los medios de comunicación adquirieron un papel protagónico en la construcción de la realidad ya que “los mensajes informativos nos ayudan a estructurar la imagen de la realidad social a largo plazo, a organizar nuevos elementos de dichas imágenes, a formar nuevas opiniones y creencias” (Roberts en por Wolf, 1994)

Noelle Neumann (Neumann en por Wolf, 1994) detalla tres aspectos importantes que caracterizan los mensajes mediáticos en su relación con el conjunto de saberes sociales sobre la realidad. Estos son: acumulación, consonancia y omnipresencia.

- 1) La acumulación se relaciona con el hecho de que la capacidad de los media de crear y sostener la importancia de un tema es el resultado global –obtenido después de cierto tiempo– de la forma en que funciona la cobertura informativa en el sistema de comunicaciones de masas. Es decir, no son efectos puntuales, sino consecuencias

vinculadas a la repetitividad de la producción de la comunicación de masas.

- 2) La consonancia por su parte se une al hecho de que en los procesos productivos de la información, los rasgos comunes y los parecidos tienden a ser más significativos y numerosos que las diferencias, lo que lleva a mensajes sustancialmente más parecidos que diferentes.
- 3) La omnipresencia tiene que ver no únicamente con la difusión cualitativa de los media, sino también al hecho de que el saber público, es decir al conjunto de conocimientos, opiniones, actitudes difundidas por los medios, tiene una cualidad particular: que es públicamente conocido que el mismo es públicamente conocido.

Las características antes descritas refuerzan la disponibilidad a la expresión y a la visibilidad de los puntos de vista difundidos por los media, y por tanto, el poder de configuración que dicha visibilidad tiene sobre los que aún no han elaborado una posición propia respecto a un asunto determinado. El resultado final, con frecuencia, es que la distribución efectiva de la opinión pública se regula y se adapta sobre la reflejada por los medios de comunicación masiva, según un esquema de profecía que se auto verifica.

Así, esta nueva perspectiva hacia los efectos analiza los procesos y las formas con las que los medios masivos establecen las condiciones de nuestra experiencia del mundo más allá de las esferas de interacciones en las que vivimos (Wolf, 1994).

Por otra parte, De Fleur y Ball-Rokeach (1982) apuntan que el grado de contribución de los medios de comunicación a la construcción de la realidad social del individuo está en función de la experiencia directa con los fenómenos y de la dependencia de la información de los medios sobre estos fenómenos.

3.2 Sociología del periodismo

Desde el punto de vista sociológico, el concepto de acontecimiento significa imprevisibilidad, contingencia, accidente. Un acontecimiento es todo aquello que no está inscrito en las regularidades estadísticas de la vida. El acontecimiento

social, puede entenderse entonces, como aquel hecho de trascendencia social que sucede sin previo aviso, en un momento y espacio determinados.

El periodismo es una práctica profesional mediante la cual se generan las noticias, como construcciones de realidades sociales públicas a partir de un acontecimiento relevante o significativo para un grupo social determinado. El carácter público de dicha realidad es dado por la noticia en cuanto a que ésta transforma dicho suceso en un hecho públicamente abierto a la discusión.

La producción de la noticia como objeto de estudio según apunta Cervantes Barba (2004), ha sido abordada, al igual que los medios de comunicación, desde diversos ángulos conceptuales, y agrupa distintas preocupaciones y maneras de abordar y entender su proceso de manufactura.

El estudio de quienes producen noticias, sean estos individuos, empresas o instituciones de comunicación, se conoce de manera generalizada como sociología de la producción de noticias, sociología del periodismo o estudio del *Newsmaking* y se trata de un área amplia y compleja de investigación que se inserta en el marco de la *Mass Communication Research*, aunque de manera más concreta, algunos autores la conciben como parte de la *Media Sociology*. (Cervantes, 2005)

La importancia de los estudios sobre los emisores y sobre los procesos productivos en la comunicación masiva se vincula al hecho de ofrecer la posibilidad de conjugar dos tendencias de análisis importantes: la sociológica y la específicamente comunicativa; es decir la convergencia entre los estudios sobre los emisores y sobre la lógica productiva en los medios de comunicación, por un lado; y los estudios sobre los efectos a largo plazo por el otro.

El análisis de los emisores y en particular de la noticia no ha llevado una trayectoria histórica lineal bajo una perspectiva limitada a un paradigma omni comprensivo, sino que al contrario, ha sido fragmentado y conformado por un conjunto de diversas perspectivas epistemológicas.

El análisis de rutinas y procesos de manufactura de las noticias dentro de un marco de construcción social de la realidad es lo que constituye básicamente el estudio de la producción noticiosa; sin embargo coexisten con éste, otros factores que influyen y tienen que ver con la práctica periodística y con el contenido noticioso en particular.

La producción de las noticias es entonces un fenómeno complejo en el que se entremezclan los procesos de socialización familiar y profesional; las creencias y valores; la forma de concebir la objetividad; las fuentes, las audiencias y los anunciantes; las actitudes hacia ciertos temas y hacia las fuentes; el status social y profesional; y las redes que tanto los periodistas como los medios masivos de comunicación han generado con distintos grupos sociales y con otros medios. Así mismo, en la elaboración de la noticia y en la definición de su contenido intervienen los sistemas de legislación y normatividad que rigen la actividad periodística, los sistemas internos de reglas y autoridad de las empresas informativas, los modelos de organización, las rutinas y procesos de recolección y estructuración de la información; las presiones comerciales, la competencia con otros medios; y el tipo de vinculación que establecen con distintos niveles de gobierno y con otros sectores de la sociedad. Intervienen también las visiones ideológicas de quiénes producen las noticias y los códigos de orden y estructura cultural y de identidades que prevalecen en el plano social más amplio (Cervantes Barba, 2004: 95).

3.3 Valores noticiosos

En la vida social se generan cotidianamente un gran número de acontecimientos de los cuales sólo algunos son considerados como noticia.

¿Por qué unos sucesos son atrapados por la red de recolección noticiosa, seleccionados en las salas de redacción, sistematizados, para luego ser presentados a los diversos públicos, y otros sucesos no? ¿Qué es lo que hace que un acontecimiento se convierta en noticia? ¿Cuáles son los criterios que regulan la distribución del acceso noticioso en los medios de comunicación? (González Molina 1986: 7).

Estas cuestiones han sido objeto de estudio sociológico en años recientes.

Al interior de la sociología de medios se ubica el análisis de los valores noticiosos, el cual de acuerdo con Cervantes Barba, no constituye una teoría o un enfoque propiamente, sino que se trata de más bien de una hipótesis orientada hacia el estudio de un aspecto fundamental de una práctica periodística, el relativo a ciertas convenciones que de manera consensuada – y en ese sentido negociada – utilizan los periodistas durante los procesos de recolección y procesamiento de la información que habrá de convertirse en noticia.

El estudio actual de la producción de noticias se concibe como una derivación de distintos enfoques. Algunos autores, sin embargo consideran que sus raíces se encuentran en los estudios sobre los guardabarreras o *gate keepers*, mientras que otros los ubican en los

trabajos que Robert Park y Walter Lippmann desarrollaron como parte de lo que se conoce como Escuela de Chicago.

En las aportaciones de Park y Lippmann se encuentran las bases para entender la forma cómo la noticia participa en la construcción de cierto tipo de saber sobre lo público, así como la manera en que se definen y operan los criterios o valores noticiosos y el control que ejerce la sociedad sobre el trabajo periodístico. Park se ocupó tanto de la naturaleza de la noticia como forma de conocimiento. Realizó comparaciones entre ciencia y periodismo. Define a las noticias como pequeñas informaciones independientes que pueden ser entendidas fácil y rápidamente. Las noticias son fragmentos de relatos sobre el presente, que cotidianamente dan forma a la “mente pública”. Se trata además de un tipo de conocimiento orientado a resaltar lo inusual, lo inesperado y lo que sorprende o excita. Según Park, esto explica porqué frente a lo plano y rutinario del acontecer oficial, las noticias enfatizan los conflictos y disputas entre actores de la política. Entre otros, este análisis de Park sentó las bases para lo que ahora se conoce como el estudio de los valores noticiosos o de los criterios de noticiabilidad que orientan la producción noticiosa

Lippmann por su parte, fue tal vez el primer académico que concibió a los diarios como maquinarias que empaquetan acontecimiento dentro de temáticas y formas de presentación que se vuelven rutinarias. Los medios de comunicación son concebidos como máquinas de noticias y en los que se privilegia el análisis de los criterios a partir de los cuales, los medios, los periodistas o las fuentes definen lo que es noticia: criterios que se conocen como valores noticiosos o noticiabilidad (Cervantes Barba 1999: 99).

La sociología de la noticia centra su atención en la naturaleza de la prensa y los factores que influyen en su producción; se enfoca en el estudio del mercado periodístico, en términos de organización y de desempeños profesionales. Así, las rutinas de producción, las estructuras de control de autoridad, el entrenamiento del periodista, aspiraciones y valoraciones de éste, son variables que se toman en cuenta en este tipo de análisis, ya que ofrecen una descripción de las determinaciones específicas que regulan la producción y las formas noticiosas (González Molina, 1986).

El análisis de valores noticiosos o *news values* que implica un campo amplio de estudio sociológico de fenómenos relacionados con la producción y las formas noticiosas, permite acercarse al estudio de matrices valorativas condensadas al interior de las empresas periodísticas y articuladas a la ideología profesional de los periodistas en general.

Los valores utilizados durante los procesos de acopio, selección y presentación de las noticias son esenciales en la determinación de la naturaleza de la función mediadora de los medios y de los comunicadores profesionales. Para ubicar dichos valores González Molina (1986) propone tres dimensiones en dichos procesos: 1) dimensión burocrática, 2) dimensión institucional, 3) dimensión profesional.

- 1) La dimensión burocrática se remite al grado de racionalidad y eficiencia operativa y administrativa de la producción dentro de las organizaciones tales como las formas específicas de trabajo y estructuras determinadas en términos de los recursos con los que cuentan y cómo los distribuyen, así como la periodicidad de los ciclos de producción.
- 2) La dimensión institucional la conforman las funciones asignadas a la producción y emisión noticiosa para la promoción de los intereses de la organización de medios en su conjunto y describe en qué grado la producción de noticias obedece a las políticas, intereses y objetivos centrales de las organizaciones que las producen. El interés investigativo en esta dimensión se centra en el cómo los intereses organizacionales se traducen en formas noticiosas concretas.
- 3) La dimensión profesional por su parte, busca evidenciar el sistema de valores que los periodistas utilizan dentro de la compleja tarea de mediación entre los intereses de la corporación en la que laboran y las exigencias del discurso noticioso, el cual lucha por ganar credibilidad y respetabilidad en sus audiencias.

Dos estudiosos pioneros en el estudio de los valores noticiosos, Peter Golding y Philip Elliot, entre otros académicos de la escuela inglesa de sociología, afirman que el criterio de “lo noticiable” incluye: 1) una geografía de las noticias, es decir, una noción de las áreas y los lugares en los cuales se originan los acontecimientos noticia; 2) una concepción acerca de quiénes son los actores públicos considerados como valiosos desde el punto de vista noticioso; 3) ciertas nociones acerca de los temas que son noticia y de su particular relevancia.

Estos autores sostienen que los medios informativos no funcionan como productores de noticias, es decir, como definidores primarios de eventos

noticiosos. Los medios difícilmente crean eventos-noticia, sino que por el contrario reproducen aquellas definiciones que ya han sido proveídas por un número de actores sociales (González Molina, 1986).

Roscho distingue por su parte, dos tipos de valores noticiosos o sesgos que en conjunto dan forma al juicio noticioso de los periodistas, al cubrir o seleccionar una nota: 1) los sesgos manifiestos y 2) los sesgos latentes.

Los sesgos manifiestos se refieren a: la objetividad; la oportunidad de la información y la notoriedad del acontecimiento.

Los sesgos latentes se refieren a: la cercanía o proximidad del acontecimiento a la audiencia potencial; la accesibilidad para obtener información; la importancia que la información tiene para el medio de comunicación; el interés mayoritario o público.

Además de la visión que ofrece Roscho sobre la noticiabilidad, existen otras posturas que aunque no difieren en lo esencial, su forma de agrupación es distinta. Por ejemplo, McQuail (1972), expone que los criterios periodísticos para calificar como noticia un acontecimiento vienen de tres ámbitos: 1) el organizativo que se refiere a criterios de importancia, claridad, temporalidad, accesibilidad y proximidad cultural; 2) de género la cual se orienta hacia lo que es compatible con la audiencia, lo inesperado y sobresaliente, pero a la vez familiar, lo que permite un equilibrio en el conjunto de notas; 3) socioculturales que se refieren a los aspectos de valoración de personajes de elite, y a la necesidad de cubrir sucesos negativos.

González Molina (1986) agrupa por su parte, los valores noticiosos en dos bloques: explícitos e implícitos. Este autor propone que los valores noticiosos implícitos se estudien a su vez, a partir de dos ejes: lo noticiable y la semantización. En el primer eje se analizan cuestiones como: 1) geografía de la noticia, el área y el lugar dónde se origina; 2) actores públicos relevantes en el aspecto noticioso; 3) temas que son noticia; 4) actores citados en la noticia que se convierten en definidores primarios de eventos.

En el eje de la semantización se analizan aspectos más específicos, vinculados con un objeto de estudio específico. González Molina en aquel momento estaba interesado en: 1) cobertura a partidos políticos y distribución de atención entre ellos; 2) cobertura dedicada a conflictos laborales y autores que aparecen como definidores primarios; 3) delincuencia, valores sociales

considerados en peligro; 4) contenido noticioso en torno a las mujeres como actores principales; 5) cobertura de conflictos armados en países latinoamericanos (Cervantes Barba, 1996).

Wolf (1994) también aporta en la misma línea y define que los valores noticiosos se derivan de consideraciones relativas a: a) las características o criterios sustantivos de las noticias es decir su contenido; b) la disponibilidad del material y los criterios relativos al producto informativo; c) el público ; d) la competencia.

Los criterios sustantivos se articulan en torno a dos factores: la importancia y el interés de la noticia que se identifican a su vez en: grado y nivel jerárquico de los sujetos implicados en el acontecimiento noticiable; impacto sobre la nación y sobre el interés nacional; proximidad geográfica o cultural; cantidad de personas implicadas en el acontecimiento; capacidad de entretenimiento.

Los criterios en relación al material o producto informativo se vinculan con la disponibilidad de material y características específicas del producto informativo, tales como: la brevedad, la novedad, la calidad de la historia, la frecuencia y el formato espacio-temporal.

Así, y de acuerdo a lo que diversos autores nos ofrecen, los valores noticiosos están sujetos a variantes dependiendo del medio informativo, de la especificidad de la ideología profesional de los periodistas y de las condiciones socioculturales en las que se encuentran inmersos; no todos los valores noticiosos o criterios de la noticiabilidad aquí apuntados son importantes en la misma magnitud en cada noticia.

Los valores noticiosos son relativos a cada caso; esto significa que la transformación de un acontecimiento en noticia es el resultado de una ponderación entre valoraciones relativas a elementos de diferente peso, importancia y rigidez respecto a los procesos productores específicos (Wolf, 1994).

Según las investigaciones realizadas por Tuchman (1983) en los años 70, el aparato de información debe seleccionar acontecimientos significativos e interesantes para el público.

La selección implica el reconocer que un suceso es un acontecimiento y no una causal sucesión de casos cuya forma y cuyo tipo se sustrae a ser registrado. Estas instituciones informativas, a fin de producir noticias, deberán cumplir tres

requisitos básicos: Reconocer un acontecimiento, incluidos los excepcionales, como hecho noticiable; elaborar formas de producir los acontecimientos que no tengan en cuenta la pretensión de cada acontecimiento a un tratamiento idiosincrásico; organizar el trabajo temporal y espacialmente, de tal manera que los acontecimientos noticiables puedan ser elaborados de forma planificada.

3.4 Metodología de análisis de contenido

Los valores noticiosos son susceptibles de ser analizados a partir del empleo de la técnica del análisis de contenido. Esta es una herramienta muy útil para el estudio de mensajes o textos a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas, es decir sistemáticas y confiables, que puedan aplicarse a su contexto (Krippendorff, 1990).

José Luis Piñuel Raigada define el análisis de contenido como

Conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos - mensajes, textos o discursos- que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas de medida, a veces cuantitativas --estadísticas basadas en el recuento de unidades-, a veces cualitativas -lógicas basadas en la combinación de categorías- tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior. (...)

El análisis de contenido no debe perseguir otro objetivo que el de lograr la emergencia de aquel sentido latente que procede de las prácticas sociales y cognitivas que instrumentalmente recurren a la comunicación para facilitar la interacción que subyace a los actos comunicativos concretos y subtiende la superficie material del texto. Como señala Bardin (citado por Piñuel & Gaitán, 1995) el análisis de contenido se convierte en una empresa de *des-ocultación* o *re-velación* de la expresión, donde ante todo interesa indagar sobre lo escondido, lo latente, lo no aparente, lo potencial, lo inédito (lo no dicho) de todo mensaje. Esta perspectiva amplía el campo de estudio del análisis de contenido hacia la dimensión no manifiesta del texto cuanto que, dada su complejidad, exige introducir nuevas variables en el análisis a fin de que el texto cobre el sentido requerido para el analista. Esto es posible si tal texto se abre –teóricamente hablando- a las condiciones contextuales del producto comunicativo, al proceso de comunicación en el que se inscribe, y por tanto a las circunstancias psicológicas, sociales, culturales e históricas de producción y de recepción de las expresiones comunicativas con que aparece (Piñuel, 2002: 4).

El análisis de contenido como técnica de investigación ha sido utilizado en diversas disciplinas como es la psicología social, la literatura, la educación y la antropología cultural. También esta técnica ha sido útil para comprobar, confrontar o complementar postulados teóricos de enfoques diversos tales como son el análisis del cultivo (*Cultivation Análisis*) de Gerbner; el del establecimiento de la agenda (*Agenda Setting*) de Maxwell McCombs o el de la sociología de los medios como organización o *newsmaking (media sociology)* o los enfoques del imperialismo cultural y la economía-política .

Lasswell (1920) propuso en sus trabajos iniciales un paradigma de análisis de la comunicación conocido entre los conductistas como el “Quien dice qué, a quién, por cuál canal y con qué resultados.

Berelson (1954) codificó por su parte, el método de análisis de contenido para aplicarlo al estudio de los medios de comunicación. A partir de finales del siglo Veinte, el análisis de contenido se convirtió en una de las técnicas de uso más frecuente en muchas ciencias sociales, y adquirió una notoriedad impensable en el pasado, a medida que se fueron introduciendo procedimientos informáticos en el tratamiento de los datos.

Piñuel (2002) resume en 4 estadios básicos la evolución del análisis de contenido dentro del ámbito sociológico:

- 1.- Décadas de 1920 y 1930. Análisis sobre el concepto de *estereotipo social* sugerido por Lippmann (1922) y sobre el concepto de *actitud* de reciente aparición en psicología.
- 2.- Segunda Guerra Mundial. Análisis de Lasswell y colaboradores, sistematizados más tarde por George (1959): conceptualización de objetivos y procesos de comunicación.
- 3.- Décadas de 1950 y 1960. Codificación manual. Obras de Pool (1959), Lasswell et al (1965) y Holsti (1969).
- 4.- Aplicación de la informática, codificación electrónica automatizada, a partir de la obra de Stone y colaboradores (1966) sobre el sistema *General Inquirer* para el análisis contenido de mensajes por medio de ordenador (Piñuel, 2002).

Krippendorff (1990) menciona tres características con las que cuenta el análisis de contenido como técnica de investigación: tiene una orientación

fundamentalmente empírica, exploratoria, vinculada a fenómenos reales y de finalidad predicativa.; trasciende las nociones convencionales del contenido como objeto de estudio y está ligado a concepciones más recientes sobre sus fenómenos simbólicos; los cambios producidos en la trama social, exigen una diferenciación estructural del contenido que tenga en cuenta los canales y las limitaciones de los flujos de información, los procesos de comunicación y sus funciones y efectos en la sociedad, los sistemas que incluyen tecnología avanzada y las modernas instituciones sociales.

Piñuel (2002) menciona por su parte, cuatro pasos necesarios que definen y configuran el tipo de análisis de contenido más adecuado para cada caso: selección de la comunicación que será estudiada; selección de las categorías que se utilizarán; selección de las unidades de análisis, y selección del sistema de recuento o de medida

3.4.1 Selección de la cobertura

Según los objetivos de la investigación y las situaciones de comunicación, se pueden diferenciar diversos tipos análisis de contenido: exploratorio, descriptivo y verificativo y/o explicativo.

- 1) Los análisis exploratorios tienen por objeto una aproximación al diseño definitivo de una investigación en la que el análisis de contenido sea una técnica elegida para elaborar, registrar y tratar datos sobre documentos. Estos análisis generalmente se desarrollan para probar por primera vez un material de estudio y con ello pueda determinarse la elección del corpus de documentos, las categorías relevantes y los indicadores de medida y criterios más adecuados al corpus o para la delimitación muestral de éste.
- 2) Los análisis descriptivos tienen por objeto la identificación y catalogación de la realidad empírica de los textos o documentos, mediante la definición de categorías o clases de sus elementos. Aparte de la identificación intra-textual de la estructura que adopta el producto comunicativo, lo más interesante es partir de los contextos donde se

inscribe el material de análisis, esto es de su estructura de producción o de recepción comunicativa, social y culturalmente integrada.

La descripción de las características de las situaciones, entornos y contextos implicados en su producción y recepción, o descripción de la estructura sociológica y psicológica que rige la conducta de los individuos, grupos o instituciones emisoras y receptoras en los procesos de comunicación que dieron origen a esos productos.

- 3) Los análisis verificativos y explicativos buscan dar cuenta de inferencias sobre el origen, naturaleza, funcionamiento y efectos de los productos comunicativos, como por ejemplo extrapolaciones como, al estudiar el contenido, inducir una predicción o inferencias inductivas.

3.4.2 Selección de las categorías

Las categorías de análisis constituyen propiamente la “mirada” desde dónde se analizará el objeto de estudio.

Las categorías derivan de las representaciones que permiten la mirada del objeto de análisis. La vigencia de dichas representaciones en el conocimiento vulgar, comparada con la del conocimiento científico, reside en la confianza contingente, la cual va unida al conocimiento particular de una actividad o acontecer particular.

La vigencia de sus representaciones en el conocimiento científico reside en la trascendencia de su refutabilidad, más allá del propio conocimiento de una actividad o acontecer particular. En la investigación básica la refutabilidad concierne a todo el capital de representaciones cognitivas de que se dispone para extraer, a mediano o largo plazo, posibles prácticas. Es decir, la refutabilidad concierne a las teorías, mientras que en la investigación aplicada, la refutabilidad concierne sólo a las prácticas.

El análisis de contenido, cuando se aplica, nunca es independiente de la teoría sobre la comunicación que ha originado los textos que se estudian o analizan. Las unidades para el análisis adquieren entonces una refutabilidad que procede de la teoría en virtud de la cual se han decidido cuáles sean sus categorías. Por tanto, la naturaleza singular de los datos de investigación (elaborados siempre,

no encontrados en estado puro) y de los procesos que guían su elaboración, registro y tratamiento posterior, se da en función de la previa fijación de objetivos o fines de conocimiento y práctica, y de la delimitación de objetos de estudio adecuados a ellos, significativos o representativos, y pertinentes para su puesta a prueba.

3.4.3 Selección de las unidades de análisis del objeto de estudio

La pertinencia de la elaboración de datos mediante análisis de productos de comunicación social mediante el *análisis de contenido* procede de someter a prueba las operaciones de análisis del texto y la elaboración, registro y tratamiento de los datos referidos a éste, resulten adecuados, significativos y suficientes para mostrar su singularidad respecto a la situación de comunicación que constituye el campo de estudio para representar, a su vez singularmente, un objeto de conocimiento: la comunicación social a la que se recurre en la agenda del acontecer colectivo.

Según el diseño de análisis del objeto de estudio, se pueden diferenciar análisis de contenido horizontales, verticales, transversales, longitudinales y triangulares.

- Diseños horizontales: aquellos que se valen de un corpus documental extenso, típicos en el análisis de contenido de carácter cuantitativo, que suelen ser objeto de un tratamiento estadístico a partir de una construcción muestral. El trabajo que nos ocupa se ubica en este tipo de estudio.
- Diseños verticales o intensivos: estos están caracterizados por corpus muy reducidos o de un solo caso, cuyo desarrollo, a diferencia del que es propio del diseño horizontal, en ocasiones es mucho más amplio que el texto analizado. Se trata por lo general de análisis no cuantitativos, que no recurren a procedimientos de muestreo, en las que el significado deriva más de las relaciones, las oposiciones y el contexto, que de medidas cuantitativas. Este tipo de análisis apenas puede ser replicado y puede adolecer de falta de representatividad en

sus hallazgos, pues investigadores diferentes, estudiando el mismo documento o caso, puede llegar a conclusiones opuestas.

- **Diseño transversal:** consiste en seleccionar muestras de corpus textuales que difieren, por ejemplo, en cuanto a una toma de postura ante un tema y formar con ellos grupos independientes que se analizan en el mismo momento histórico crucial, reflejado en esos corpus. Si son representativos y se igualan las condiciones de esos grupos, las diferencias que se observen habrá que atribuir las a las posiciones diversas, pero siempre permanecerá la duda de si son debidas también a diferentes situaciones de comunicación que les son propias.
- **Diseño longitudinal:** analiza corpus en diferentes momentos de su trayectoria, ya sea aplicando medidas repetidas o sirviéndose de muestras independientes. Se trata de los análisis de tipo sistémico, propugnados por Rapoport (1969) que desarrolla una teoría sistémica de los corpus textuales, según la cual hay que analizar siempre bajo los mismos parámetros el cambio o la evolución de un mismo corpus textual como pueden ser las editoriales de un periódico, como sistema autónomo. Si el análisis abarca a un número representativo de medios de comunicación, Rapport señala que los resultados pueden considerarse como indicadores temáticos del clima social [...]. El problema no es conocer la comunicación por sus productos, sino en todo caso el pretendido clima social por la comunicación, de la cual sólo se tiene una categoría de variables: el género preferido de productos analizados.
- **Diseño triangular:** el término triangulación se utiliza de varias formas, pero fundamentalmente se refiere a la recogida y comparación de distintas perspectivas sobre una misma situación de comunicación. Se basa en la constatación de la descripción, explicación y evaluación de los contenidos analizados de una investigación con otras investigaciones independientes, analizadas sobre el mismo objeto o bien, dentro de una misma investigación

sobre idéntico objeto, de una combinación de técnicas, entre ellas el análisis de contenido, como medio para dar validez externa a los datos.

3.4.4 Parámetros de medición y evaluación

Según los parámetros de medición y evaluación el análisis de contenido puede ser cuantitativo o cualitativo. La distinción entre ellos es débil debido a que los aspectos cualitativos se encuentran de por sí en toda investigación que parta de una teoría útil para construir el objeto de estudio. Además en el análisis de contenido no se pasa a la cuantificación de las unidades de análisis hasta que no se ha definido previamente un repertorio de categorías o ítems provistos por el marco teórico, el planteamiento de problemas y por los objetivos del estudio aplicado a un objeto, siempre construido a priori. Sin embargo, si nos centramos en los parámetros de medición, encontramos diversos análisis de contenido diferenciables: Los frecuenciales que contabilizan el número de ocurrencias o co-ocurrencias de indicadores o categorías y los no frecuenciales que tienen en cuenta su presencia o ausencia.

Entre los frecuenciales se distinguen: 1) los distribucionales de tipo estadístico y 2) los análisis de relaciones.

En los primeros, la interpretación de frecuencias se atiene a varias normas estadísticas que sirven para medir datos descriptivos, o para establecer escalas bipolares que marcan la dirección –favorable, desfavorable, neutra, ambivalente – o la intensidad y la dirección simultáneamente.

El análisis relacional puede medir la co-ocurrencia pero siempre a partir de tabulaciones previas frecuenciales de tipo de las tablas de contingencia, entre distintos elementos categoriales, estableciendo entonces relaciones de determinación, asociación, equivalencia, oposición, exclusión, proximidad, simultaneidad, secuencialidad u orden. La tabulación de frecuencias cruzadas o de co-ocurrencia de dos dimensiones, por su gran simplicidad es de las más utilizadas (Piñuel, 2002).

3.5 Categorías de análisis: Qué se entiende por periodismo cultural y por periodismo científico-tecnológico

3.5.1 Nociones de periodismo

Es necesario un acercamiento a las nociones acerca de lo que se entiende por periodismo cultural y periodismo científico-tecnológico para que desde ahí partir y contextualizar los resultados del análisis que nos ocupa, aún con la conciencia de la dificultad de esta tarea, debido a la amplitud y a la heterogeneidad de conceptos como son cultura, ciencia y tecnología y periodismo.

Así, Enrique de Aguinaga afirma que toda práctica periodística “es básicamente una tarea de interpretación de una realidad periodificada, es decir, el periodismo es un sistema de selección; de valoración y clasificación de la realidad actual” (Aguinaga, 2000). Aguinaga amplía y explica que la selección y la valoración como operaciones clasificatorias, se efectúan con referencia a factores objetivos tales como el interés general y a factores subjetivos como la importancia periodística.

La selección periodística consiste en determinar qué hechos, de todo el universo de la realidad, van a ser difundidos por un medio determinado y por lo tanto, qué hechos, todos los demás, no van a obtener difusión. La valoración periodística por su parte, se refiere a la determinación de las formas en que se difundirán dichos hechos seleccionados. La difusión se puede hacer tanto de manera cuantitativa y cualitativa en formas muy diversas, desde el grado más ínfimo al grado más relevante de la jerarquización posible.

La clasificación de la realidad que el periodismo efectúa, se convierte automáticamente en interpretación de la realidad: una versión de la realidad calibrada en términos de importancia e interés por las operaciones de selección y valoración. Así, el periodismo responde más que a un ritmo o periodicidad, a una naturaleza o periodificación, lo que da por supuesto que la periodicidad sirve a la periodificación y que la redacción periodística, más que un arte y técnica de narrar o describir comunicaciones unitarias, es un sistema científico de determinación de contenidos de cada conjunto de comunicaciones objeto de periodificación (Aguinaga, 2000: 321).

Eugenio Castelli define por su parte la función social del periodismo: “Recoger, codificar y transmitir en forma permanente, regular y organizada, por cualquiera de los medios técnicos disponibles para su reproducción y multiplicación, mensajes que contengan información para la comunidad social con una triple finalidad: informar, formar y entretener” (Villa, 2000)

Daniel Morgaine coincide con Castelli respecto a las tres funciones esenciales del periodismo: Dar información útil al lector, favorecer su reflexión, ser partícipe en su distracción.

Estas tres funciones de las empresas periodísticas contemporáneas se manifiestan en servicios y en satisfactores. Para Morgaine, el diario moderno es la prolongación detallada, madura, meditada – pero también amena y viva – de las informaciones aportadas por la radio y la televisión. Los medios electrónicos se encargan de presentar al mundo; los periodistas de los diarios buscan explicarlo. Así, cuando se trata de reflexionar, de comprender, el impreso llega a ser irremplazable en su función de acumulación de experiencias; inigualable en su papel de historiador del presente, indispensable en fin, a nivel de previsión, en el progreso. Muestra cada día los acontecimientos y sus consecuencias. (Calvo Hernando, 1977: 27).

María J. Villa (2000) reflexiona y dice que los diarios y los medios de comunicación en general, son organismos difusores de información y formadoras de opinión; sin embargo también éstos son empresas con el objetivo de obtener ganancias económicas. Tal interés económico se traduce en estrategias de mercado para llegar a cada vez un mayor número de personas - a mayor número de receptores, mayor ganancia-.

Los lectores potenciales se convierten así, en un mercado económico atractivo, al que se les ofrece y vende un capital simbólico, es decir información, formación y entretenimiento.

3.5.2 ¿Qué se entiende por cultura?

El término cultura ha cambiado a través de la historia y ha sido abordado desde diferentes disciplinas y posturas de pensamiento.

A decir de María J. Villa, se pueden distinguir dos posturas básicas respecto a la noción de cultura. Una concepción que proviene de la ilustración y que generalmente se aplica para designar a un grupo de personas que detentan el *saber*

y el *buen gusto* y que calificando positiva o negativamente divide a los grupos en cultos e incultos, menospreciando la capacidad de todos los sectores de hacer cultura.

Otra línea que se ocupa de la cultura desde una perspectiva más abarcadora proviene de la antropología, de la sociología de la semántica. La cultura en este sentido se puede definir como un modo de ser de un grupo social, manera de pensar sentir y creer, es una conducta común, una historia, un legado.

Navarro Rodríguez (2004) afirma por su parte, que actualmente la cultura es entendida como un “camino para hablar de entidades colectivas” y remite a la idea de una forma que caracteriza al modo de vida de una comunidad. La atención por la cultura en el sentido antropológico se pone no en las nociones intelectuales de los individuos singulares, sino en el saber colectivo y distintivo de todos los grupos sociales.

El concepto antropológico de cultura lo desarrolló inicialmente Edward B. Taylor en 1874 como “un conjunto complejo que incluye conocimientos, creencias, arte, moral, ley, costumbres y otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad (Rivera, 1995).

La antropología, a lo largo del siglo XX y lo que va del XXI ha seguido desarrollándose y han surgido nuevos planteamientos en torno al concepto de cultura. Adolfo Columbres, desde el ámbito latinoamericano, por ejemplo presenta a la cultura como el producto de la actividad desarrollada por una sociedad humana a lo largo del tiempo, a través de un proceso acumulativo y selectivo (en Navarro Rodríguez, 2004)

Jorge González (1986), sociólogo mexicano, desde la perspectiva socio-semiótica, siguiendo a Giménez (1987), concibe a la cultura como un modo de organizar el movimiento constante de la vida concreta, mundana y cotidianamente. Es el principio organizador de la experiencia y mediante ella ordenamos y estructuramos nuestro presente, a partir del sitio que ocupamos en las redes de las relaciones sociales (Villa, 1998).

3.5.3 Periodismo cultural

Se pueden encontrar de igual manera, diversas definiciones de lo que se entiende por periodismo cultural.

Por ejemplo, María J. Villa (1998) cita a Iván Tabau quien define al periodismo cultural como la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios masivos de comunicación.

También, el periodista e investigador argentino Jorge Rivera se refiere al periodismo cultural y lo define como

una zona compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivo o divulgativos los terrenos de las “bellas artes”; las bellas letras, las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tiene que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental (Rivera; 1995:19)

Estas dos definiciones iniciales, una por su ambigüedad, la otra por su amplitud, nos enfrentan a un concepto de por sí complejo que no tiene un campo delimitado en los géneros periodísticos. Se constituye en esa “zona heterogénea” donde coexisten los textos literarios con aquellos de naturaleza netamente periodística.

Concretamente y con el afán de acotar un poco más lo que se entiende por periodismo cultural, Martínez Albertos propone el término de *folletón* utilizado como galicismo para la sección cultural de los periódicos, según el precedente de Ortega y Gasset que utilizaba este término para referirse a la sección crítica literaria de los periódicos.

Al *folletón*, Martínez Albertos le confiere carácter amplio y a la vez de concentración de géneros y estilos

Dentro de esta sección caben de hecho todos los géneros periodísticos: noticias de hechos culturales en forma de información, reportajes, entrevistas, crónicas y comentarios. Caben también unas manifestaciones no propiamente periodísticas típicas del estilo ameno: trabajos de creación literaria –cuentos, novelas, ensayos doctrinales, narraciones de ficción... - o dibujos, chistes, fotografías, crucigramas y pasatiempos de cierto tono erudito o cultural.

Pero lo más destacado del folletón es la actividad de comentario a las novedades de la vida intelectual, lo cual da origen a secciones especializadas

muy regulares de crítica de arte, de cine, de teatro, de libros, de música, etc. En este sentido valoramos aquí el folletón, como espacio adecuado y habitual de los periódicos para esta labor de comentario o interpretación crítica de los acontecimientos culturales del país (Villa, 2000)

Mary Luz Vallejo Mejía habla de prensa literaria, designación que toma de César Antonio Molina, como aquella que se ocupa específicamente del desarrollo, divulgación, crítica y creación literaria, a la que divide en cuatro grandes bloques: a) periódico de las letras; b) revistas especializadas; c) suplementos literarios, d) páginas culturales de la prensa diaria.

Como se muestra en párrafos más arriba, y de acuerdo a las definiciones antes expuestas, se podría considerar que en el ámbito de los medios masivos de comunicación y en particular de la prensa diaria, existe una acotación de lo que se entiende por cultura y secciones específicas de periodismo cultural bajo ese mismo nombre.

Así como la tradición anglosajona prefiere agrupar y delimitar contenidos similares en secciones como por ejemplo *Arts o Features*, la línea hispanoamericana opta por calificarla como Cultura y al mismo tiempo distinguirla de Espectáculos o Sociales.

María J. Villa (2000) desde una perspectiva socio-semiótica define al periodismo cultural como un discurso periodístico complejo que se articula no sólo con prácticas, saberes y convenciones históricamente determinadas, sino con cánones estéticos situados en el mismo contexto.

3.5.4 ¿Qué se entiende por ciencia?

Pedro Laín Entralgo, médico y pensador español afirma que⁷

... Ciencia es el saber que acerca del cosmos van logrando los investigadores y el valor y la significación que ese saber puede tener para todos los hombres... La ciencia enseña al hombre a saber dónde se encuentra, qué es lo que le rodea y cómo se ha formado su organismo. Ptolomeo, Copérnico, Herschel, y otros astrofísicos actuales han ido orientando a la humanidad acerca de su puesto en el universo; la física, la química y las restantes ciencias naturales nos dicen lo que realmente son las cosas que entorno a

⁷ Carta dirigida a Manuel Calvo Hernando y publicada como presentación del libro de este último, *Periodismo científico en 1977*

nosotros vemos, un gorrión, una estrella, un guijarro; la biología nos explica cómo han llegado a existir los seres vivos y el cuerpo humano. Nada más obvio, pero a la vez nos proporciona todos estos saberes concretos, sin cuya posesión, dicho sea en inciso, nadie puede aspirar al título de *persona culta*; la educación científica, la recta formación de la inteligencia en las verdades que la ciencia conquista y en las reglas por las que tales verdades son conquistadas, crea en las almas algo sin lo cual, desde los siglos XVII y XVIII, por lo menos, ya no es posible vivir a la altura de los tiempo... el espíritu científico...

... El espíritu científico es el hábito individual y social de situarse ante la realidad, sea este una cosa física o un suceso histórico, proponiéndose con mayor o menor agudeza las cuatro siguientes cuestiones: Qué es en verdad, no según lo que nosotros queremos o no queremos que sea, la realidad en cuestión; cómo podría ser de otro modo, suponiendo que su existencia nos parezca molesta o mejorable. Sin un eficaz ejercicio de esta cuádruple operación de la mente, no se entendería la invención de la máquina de vapor, ni sería comprensible la conversión de la sociedad estamental del antiguo régimen, en la sociedad abierta de nuestro siglo” (Calvo Hernando, 1977: 13)

En esta era mediática, los individuos se enteran de lo que pasa en el mundo de manera casi instantánea, a través de los medios de comunicación.

La investigación científica permite a los estudiosos conocer y explorar nuevos horizontes. Los descubrimientos científicos y sus aplicaciones tecnológicas afectan cada vez más, positiva o negativamente, al bienestar y al desarrollo de la sociedad en general.

La energía nuclear, los cambios en la capa de ozono, la clonación, los alimentos transgénicos, el Internet o la aparición de pandemias como el SIDA y su combate, por mencionar algunos de esos descubrimientos, son ya asuntos con los que el ciudadano común se enfrenta cotidianamente; por lo que el conocimiento de los avances científico-tecnológicos cobran mayor importancia entre la población y por lo tanto los ciudadanos demandan una amplia socialización de dichos descubrimientos, resultados de experimentos e invenciones tecnológicas.

3.5.5 Periodismo científico

Es tal la necesidad de difusión especializada en la ciencia y tecnología hoy día, que Manuel Calvo Hernando se ha arriesgado a afirmar que la ciencia que no se divulgue no es ciencia.

Carlos Elías por su parte complementa y afirma que

... si no fuera por los medios de comunicación, muy poca gente en estos momentos sabría algo del genoma, del cómo es Marte, del cambio climático, de los océanos o la carrera espacial. Incluso tampoco sabría nada de lo poco que cobran los investigadores y lo difícil que es dedicarse a esa actividad (Elías, 2003: 20).

Calvo Hernando define al periodismo científico como una especialización informativa que consiste en divulgar la ciencia y la tecnología a través de los medios de comunicación de masas (En Haro, 2005).

El término divulgar según el Diccionario de la Real Academia Española, significa *publicar, extender, poner algo al alcance del público*.

Al respecto Sebastián Haro (2005), periodista científico uruguayo, precisa el término y afirma que si bien la divulgación científico-tecnológica promueve la socialización del conocimiento especializado y el desarrollo social, es necesario distinguir claramente lo que es propiamente el periodismo científico de lo que es la divulgación científica, ya que estas son dos actividades diferentes, realizadas por especialistas diferentes y con propósitos distintos.

Haro (2005) considera a la divulgación científica como una actividad de explicación y difusión de los conocimientos especializados en ciencia y tecnología entre el público más numeroso posible y menos beneficiado por la cultura, mediante mensajes con formatos fácilmente asimilables por los receptores. Una divulgación científica sería por ejemplo una jornada científica universitaria, en la cual el público en general puede acceder libremente con el propósito de enterarse de lo que ahí se hace; o también una muestra de los resultados de investigaciones montada en un museo. En estos casos, divulgación científica funciona como una herramienta de promoción de la misma ciencia y tecnología.

Por su parte, el periodismo científico-tecnológico es una actividad que debe cumplir con los objetivos del periodismo propiamente dicho, como son buscar la mayor porción posible de verdad para hacerla pública, a fin de que las personas sean realmente libres para ejercer de forma plena sus derechos y emitir opiniones bien fundamentadas al respecto.

Haro categóricamente afirma que no es tarea de ningún periodista, cubra el área que cubra, ser herramienta de promoción de nada. Es decir, la única función

del periodismo científico es informar sobre ciencia y tecnología a través de los medios de comunicación, e informar bien. (Haro, 2005).

3.5.6 Formato del contenido periodístico

Con el propósito de clasificar y describir la información periodística identificada en la presente muestra, se definieron cuatro tipos de notas: la agenda cultural, la agenda científico-tecnológica, la difusión cultural y la difusión científico-tecnológica.

- a) La agenda cultural y/o la agenda científico-tecnológica se caracterizan por tener como objetivo ofrecer información básica sobre acontecimientos, ceremonias, conferencias, inauguraciones que se llevarán a cabo en un futuro cercano o bien pequeñas efemérides u homenajes. Por lo general, hacen extensiva la invitación a los lectores de participar en dichos actos públicos. Es común que la comunicación sea mediante insertos breves, con datos básicos como es horario, lugar, fecha, tema, domicilio, organizadores, etc. Las carteleras son buenos ejemplos.
- b) La difusión cultural y la difusión científico-tecnológica, por su parte, ofrecen al lector, una panorámica general sobre algún tema en cuestión. La difusión cultural y/o científico-tecnológica puede ser presentada mediante el uso de diversos géneros periodísticos como son la noticia, el reportaje, la entrevista, el ensayo. Todos los géneros buscan contestar de manera pormenorizada las preguntas de Quién, dónde, cómo, cuándo, porqué, sin embargo cada uno de los géneros tiene su peculiaridad en el tratamiento de la información así como el sesgo editorial que distingue tanto a los propios periodistas como a las instituciones informativas que emiten dicha información.

3.6 Sobre los casos: El Informador, Público y Mural

Con el propósito de llevar al cabo el presente análisis descriptivo de prensa, se seleccionaron tres de los diarios locales con mayor reconocimiento entre los lectores de la ciudad.

Cada uno de ellos presenta un perfil editorial distintivo que los hace atractivos para cierto sector de la sociedad tapatía. Los diarios seleccionados son: El Informador, Público, Mural. A continuación se presenta una pequeña descripción de cada uno.

3.6.1 El Informador

El 5 de octubre de 1917, Jesús Álvarez del Castillo, entonces regidor del Ayuntamiento de Guadalajara, fundó El Informador, diario que representa un nexo entre la etapa inicial del periodismo en Jalisco y la modernización del oficio. Testigo de la historia local por casi noventa años, el rotativo ha mantenido prácticamente la misma imagen para colocarse en la oferta periodística de la ciudad, indiscutiblemente como el más favorecido por los anunciantes. Goza de una sólida imagen de “periódico serio, estable y conservador” (Bellón Cárdenas y Kroefly Ahumada, 1996), que a la vez, aleja a dicha institución periodística del cambio en sus políticas editoriales, modificaciones en su formato o asunción de posturas “escandalosas”.

A lo largo de su historia, El Informador osciló del liberalismo al conservadurismo; aunque se fundó con el propósito de confrontar la línea conservadora del catolicismo entonces predominante en el estado, el rotativo “ha optado, según los investigadores Gilberto Fragoso y Enrique Sánchez Ruiz (Fragoso y Sánchez Ruiz en Bellón Cárdenas y Kroefly Ahumada, 1996) por no tomar posiciones demasiado críticas, ni ante el gobierno, ni ante sectores importantes de la sociedad jalisciense o mexicana en general.

El Informador es un periódico que adopta innovaciones tecnológicas con cierta frecuencia y anticipación y, en ese sentido, a menudo se ubica “en la vanguardia”, sin embargo es curioso que a pesar de poseer equipos sofisticados de procesamiento de información e impresión, las características físicas del periódico prácticamente no han cambiado en las

últimas décadas, como otros que han adoptado formatos más “modernos”. Este aspecto refuerza la imagen conservadora del diario. Quizá por la misma razón, dicho rotativo es el que más compran tradicionalmente los tapatíos (Bellón Cárdenas y Kroefly Ahumada, 1996: 79)

El Informador desde sus inicios se edita en formato de sábana; y en los últimos años ha adoptado el color para sus primeras páginas. Sus secciones cotidianas son: Internacional, Nacional, Local, deportes y avisos de ocasión. También cuenta con suplementos semanales: Autos (Exhibición automotriz); Cómics (entretenimiento infantil); Gente bien (cobertura de acontecimientos sociales de la ciudad); Tapatío cultural (colaboraciones en torno a la historia y cultura local en forma de ensayos, crónicas y poesía).

3.6.2 Público

Este rotativo tiene como antecedente inmediato al diario Siglo 21 fundado en Guadalajara por el empresario Alfonso Dau Dau y el periodista Jorge Zepeda Paterson, y cuyo primer número salió a la circulación el 8 de noviembre de 1991.

Siglo 21 destacó en su tiempo por sus innovadoras propuestas periodísticas tales como la institucionalización de las páginas de opinión entre semana y no sólo los domingos, como se acostumbraba tradicionalmente en el periodismo local; su formato tabloide y su novedosa edición, así como el interés manifiesto por los asuntos directamente relacionados con la sociedad civil, reflejado en la selección de temas en torno a movimientos populares y de izquierda. El uso de la imagen como complemento de la nota, junto con los aspectos antes mencionados, marcó una diferencia notable con respecto a los demás diarios locales.

Sin embargo, fue hasta las explosiones ocurridas en el sector Reforma el 22 de abril de 1992, cuando Siglo 21 penetró al mercado de manera substancial: el “periodismo diferente” rúbrica del diario en cuestión, tuvo la oportunidad de ser leído directamente por la sociedad tapatía a través del seguimiento de esta noticia (Bellón Cárdenas y Kroefly Ahumada; 1996)

Debido a problemas administrativos internos, Siglo 21 cerró y a partir de nuevas negociaciones con el propio personal y con ayuda inicial de diversos empresarios locales, el 8 de septiembre de 1997, salió a la luz el primer número de

un nuevo diario con una línea editorial similar a la de Siglo 21: Público. Posteriormente, el grupo Milenio de Monterrey absorbió el diario pero respetó al personal y su línea editorial ya existente.

Así, y con los antecedentes antes expuestos, Público nace con el interés de ser una opción atractiva para un cierto segmento de la población, por su diseño, la práctica de un periodismo crítico con su especial atención en la redacción y en la veracidad de sus fuentes.

Público conservó de su antecesor el formato tabloide y el uso complementario de la fotografía y gráficos informativos. A la fecha compite con El Informador y con Mural por la preferencia de los lectores locales.

Público se compone de las siguientes secciones: La tremenda corte (Opinión y sátira política); Correo (del lector); El tema (Investigación a profundidad de un tema específico); Ciudad y región (información local); Acentos (opinión política); México (Nacional); Fronteras (Internacional); Negocios (economía); Tendencias (temas de actualidad e interés general); Cultura; El ángel exterminador; En privado (perfil de alguna persona que en ese momento sobresale por alguna razón); En 3 minutos (resumen de la información más relevante del día).

Además cuenta con diversos suplementos: La afición (deportes); Hey (Sociales y entretenimiento para jóvenes); Ciberia (Pc y electrónica, semanal); Autos (exhibición automotriz); Fin de semana (ocio y entretenimiento); Casas y terrenos (inmobiliario y arquitectura semanal); Visor (reseñas de libros y comentarios de autores); Monos en su tinta (Entretenimiento infantil); Especial de 14 de febrero (único y especial)

3.6.3 Mural

Los planes de llegar al mercado de Jalisco y de la región occidente del país, llevan al Grupo Reforma a fundar en Guadalajara, el 20 de noviembre de 1998, Mural. Su tiraje de 35 mil ejemplares representa la superación de sus metas de crecimiento a un año de su nacimiento y una importante presencia en Guadalajara.

El interés editorial principal del Grupo Reforma ha sido el marcar una agenda informativa para los lectores tapatíos. Busca presentar el acontecer diario, complementado por investigaciones, análisis, reportajes y artículos de opinión con

diversidad en pensamiento y temática; esto con el propósito de ofrecer un mosaico informativo que satisfaga las necesidades de sus lectores, principalmente empresarios y ejecutivos.

Al inicio de 1999 Mural contaba con el 12% de participación del mercado entre los lectores de periódico de Guadalajara y su presencia en la ciudad ascendía a un 24% de rango de influencia⁸

Mural se publica en formato sábana, con colores y tipografía llamativa en todas sus páginas.

Sus secciones diarias son: Nacional, Comunidad, Deportes, Gente, Negocios, Empresas y Negocios en Expansión (Avisos de ocasión en interiores). Además cuenta con secciones semanales sobre diversos temas tales como Interfase (lunes); Buena Mesa (viernes); Viernes social (viernes); Automotriz (sábado); Sociales (domingo).

También Mural ofrece semanalmente diversos suplementos. Estos están editados en tamaño tabloide: Club deportivo (martes); Club joven (miércoles); Señor Fútbol (jueves); Club social (viernes); Primera fila (Espectáculos y ocio viernes); Qué ver (Espectáculos y ocio); Top (sábado); Magazine (domingo); Tiras (Entretenimiento infantil, sábado).

Por otra parte, parece ser que Mural cuenta con un convenio con el New York Times de EUA para la edición de un suplemento dominical del *New York Times* con información internacional y artículos de opinión, ciencia y cultura editado en español. Cuenta también con un suplemento mensual llamado *Hoja por Hoja* que no es editado por el rotativo, sino que únicamente se distribuye entre sus páginas. *Hoja por Hoja* se especializa en temas de literatura y novedades bibliográficas.

Mural con el fin de ampliar y al mismo tiempo de diversificar sus nichos de mercado, ofrece igualmente suplementos únicos o esporádicos tales como son: Época (Deportivo Golf, esporádico); Ciudad cultural (Especial, único); Charrería (único); A cuadros (deportes de motor, esporádico); Hogar y gente (Femenino y sociales, único) Bienes inmuebles (Inmobiliaria y arquitectura, único)

⁸ Según datos citados por Anna Alujas Faraudo y publicados en la revista Expansión no. 763, con fecha de 14-28 de abril 1999

3.7 Unidad de análisis y descripción de la muestra

Las unidades de registro y de análisis dependen del objeto de estudio, de las fuentes que se eligen estudiar, del diseño de análisis, de la técnica de medición y evaluación empleada y de su campo de aplicación (Krippendorf, 1990)

3.7.1 Técnicas de análisis de contenido

Los aspectos fundamentales en cualquier análisis de contenido son la normalización de los procedimientos y la elección del *software* a utilizar.

Todo análisis de contenido se somete a un conjunto de procedimientos interpretativos y de técnicas de refutación conocido como protocolo. Este es un procedimiento o conjunto de normas que guían tanto la segmentación del corpus según el establecimiento de criterios interpretativos para su lectura u observación, como para efectuar el registro más adecuado de datos, disponibles después para su tratamiento estadístico o lógico y para el procesamiento posterior en datos de segundo y tercer orden, es decir, en datos referidos, a su vez, a datos previamente registrados y tratados.

En la investigación científica se entiende por protocolo o conjunto de enunciados protocolarios, precisamente aquellas reglas de procedimientos necesarios para llevar a cabo un proceso de observación o experimentación. Es aquello que se dispone para ligar de forma válida un procedimiento.

La existencia y manejo adecuado de un protocolo de análisis permite que el mismo corpus sea analizado por diferentes investigadores y que las conclusiones de los estudios coincidan si se sigue el mismo protocolo.

En general, los protocolos constan de dos tipos de guías: libro de códigos y la ficha de análisis.

El libro de códigos es un manual de instrucciones a la medida de la metodología de la investigación concreta y establece: la naturaleza del corpus; las unidades de análisis; la forma de llenado de las fichas de análisis y su organización; manera de construir y usar bases de datos para elaborar y procesar datos de segundo y tercer orden; manera para obtener a partir de la base de datos recuento de frecuencias.

La pertinencia de la elaboración de datos mediante la segmentación de mensajes de comunicación social o análisis de contenido procede de someter a prueba las operaciones de disección del texto y que la elaboración, registro y tratamiento de los datos referidos a éste resulten adecuados, significativos y suficientes para mostrar su singularidad respecto a la situación de comunicación constituye el campo de estudio el cual tiene que representar, a su vez singularmente, un objetivo de conocimiento científico: la comunicación.

3.7.2 Estrategia metodológica

En el presente trabajo se planteó como objeto de estudio, identificar los valores noticiosos que subsisten en el contenido de las notas informativas referentes a la ciencia-tecnología y a la cultura que la prensa en la Zona Metropolitana de Guadalajara difunde cotidianamente.

Como herramienta metodológica se seleccionó el Análisis de contenido pues como ya se ha mencionado, este es un procedimiento de indagación que permite un acercamiento objetivo, sistemático y cuantitativo de la comunicación explícita (Berelson, 1984) y en nuestro caso, de la información periodística en torno a la ciencia- tecnología y a la cultura.

3.7.3 Material analizado

Así, se definió una muestra del contenido periodístico sobre ciencia-tecnología y cultura, publicado durante cuatro semanas consecutivas en la Zona Metropolitana de Guadalajara durante 2005.

Se seleccionó el mes de febrero. Esta selección responde a que se buscaba un período sin sesgos, que mostrara una cobertura regular para conocer cómo se cubre generalmente lo cultural y lo científico.

Para la recolección de los datos se consideraron los tres diarios locales con mayor difusión e impacto informativo entre la sociedad de la Zona Metropolitana de Guadalajara arriba ya descritos más arriba.

Los rotativos son: El Informador, periódico con una larga presencia y tradición en la ciudad y con un perfil conservador; Público, diario con corte crítico

social; Mural, producto noticioso cuyo modelo informativo sigue la línea editorial de la libre empresa, muy similar a la norteamericana.

Al interior de dichos productos se privilegiaron las secciones que se ocupan propiamente de difundir eventos, declaraciones y/o sucesos tanto científico-tecnológicos como culturales, respecto del resto de la información.

En este trabajo, cada una de las notas identificadas en las secciones seleccionadas constituyó una unidad de análisis. Se diseñó así mismo, con base en la propuesta metodológica para el estudio de la construcción social del acontecer que propone Cervantes Barba (1996), un instrumento de codificación en el que se incluyeron campos sobre datos generales de codificación de las notas informativas de prensa: fecha del diario, superficie en centímetros cuadrados del periódico, superficie en centímetros cuadrados del suplemento, en caso de que hubiera, y superficie total en centímetros cuadrados; así como la información específica de cada unidad informativa en lo que respecta a las áreas del texto y de la imagen o fotografía, también en centímetros cuadrados.

Además, se incluyeron por un lado, categorías de frecuencia relativas al contenido: presencia en primera plana, tipo de sección, presencia en suplemento, origen de la nota, lugar de referencia, temática, actores principales, e institución y/o el sujeto fuentes o autores de la nota. Por el otro, se asentaron también categorías de frecuencia relativas a la forma: tipo de nota, es decir si es difusión científico-tecnológica, difusión cultural, agenda cultural o agenda científico-tecnológica; género y tratamiento de la nota.

3.7.4 Descripción de variables

Para facilitar el levantamiento de la información en la hoja de registro, se describen las variables e indicadores que orientarían el análisis de contenido a realizar:

- 1.- Tipo de nota: En este campo se definió si se trata de difusión científico-tecnológica o difusión cultural, o bien si se son más bien agenda científico-tecnológica o agenda cultural.

- 2.- Género periodístico: En este campo se ubicaron los distintos géneros periodísticos utilizados para la difusión de la información. Así, se identificaron: nota informativa o noticia, crónica, reportaje, entrevista, editorial e inserto.
- 3.- Origen de la nota: En este campo se explicita desde dónde se genera editorialmente la noticia. El origen de la nota aparece físicamente al inicio o al final de la nota.
- 4.- Lugar de referencia: Apunta el espacio físico del que habla la nota. El *lugar de referencia* que se menciona en el cuerpo de la información periodística, algunas veces coincidirá con el *origen de la nota* aunque no necesariamente.
- 5.- Temática y sub-temática: Son campos donde se asientan los temas y subtemas a los que refieren los eventos o asuntos tratados en las notas. De acuerdo con Cecilia Cervantes (1996:66), “el análisis de este punto remite al establecimiento preliminar de la agenda informativa (*Agenda Setting*), esto es, aporta datos que los definidores primarios del acontecer proponen como temas prioritarios sobre los que debe pensar el público”.
- 6.- Actores (protagonistas): Se refiere a la notoriedad de ciertos individuos o instituciones que de manera frecuente participan, presiden, opinan sobre ciertas actividades o eventos, como sucede con los funcionarios públicos, o bien a aquellos que “naturalmente” aparecen al frente o protagonizan un evento notable para como son los actores, cantantes, astronautas, científicos.
- 7.- Fuentes y o autores de la nota -Agencias, periodistas, fotógrafos: la identificación de tales actores sociales permite resaltar la importancia que los diarios otorgan a ciertos sujetos –reporteros, fotógrafos, agencias- respecto a la nota que firman.

4. Análisis de contenido de la cobertura al periodismo científico-tecnológico y cultural en la prensa local

4.1 Superficie de la muestra

4.1.1 Superficie de la muestra, en general

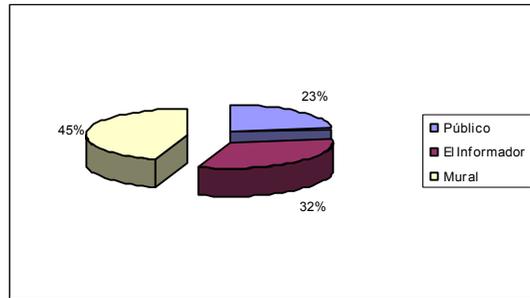
El universo de la presente investigación, compuesto por todas las páginas de los diarios Público, El Informador y Mural editadas durante los veintiochos días de febrero del dos mil cinco, se conformó por diez millones ochenta y dos mil ciento trece centímetros cuadrados.

Tabla 15
Superficie de la muestra, en general

Diario	Superficie en cm2
El Informador	3,200,324
Público	2,336,820
Mural	4,544,969
Total	10,082,113

En la tabla quince y gráfica doce siguientes respectivamente, se aprecia que Mural resultó el diario con más centímetros cuadrados de información en comparación a los otros dos. Mural representa el cuarenta y cinco por ciento del total del espacio. Por su parte, El Informador suma un treinta y dos por ciento y Público completa el total con el veintitrés por ciento, menos de la cuarta parte del total de las páginas publicadas durante ese mes.

Gráfica 12
Superficie de la muestra, en general



4.1.2 Estructura de la superficie de la muestra, en general y por diarios

De manera global, los suplementos de los diarios seleccionados, componen el veintiún por ciento del espacio informativo que los periódicos ofrecen de manera general a sus lectores.

Existe una diversidad amplia de temas para suplementos, sin embargo destacan los suplementos deportivos que cada uno de los diarios edita, adicionales a la sección deportiva diaria de cada informativo. Los suplementos por lo general se editan de manera semanal pero existen algunos que aparecen cada tercer día o de manera cotidiana como sucede con el suplemento deportivo de Público.

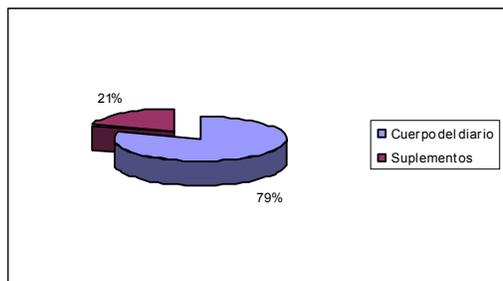
En cuanto a los suplementos especializados en cultura, El Informador desde hace décadas edita el *Tapatío Cultural* que es de formato tabloide y con páginas a color. En Público se edita *Visor*, suplemento dominical eminentemente de promoción y crítica de nuevas ediciones de libros, principalmente de literatura, aunque también en ocasiones se aborda bibliografía diversa. Es común encontrar reseñas de libros sobre superación personal, cocina, decoración, e incluso ciencia, entre otros temas. Mural por su parte, carece de suplemento cultural propio. Mensualmente entrega un inserto *Hoja por hoja* que se dedica a la crítica y promoción de nuevas ediciones literarias.

Tabla 16
Estructura de la superficie de la muestra, en general

Cuerpo básico (cm2)	Suplementos (cm2)	Superficie total (cm2)
8,010,100	2,086,625	10,082,113

No es despreciable el porcentaje que los diversos suplementos cubren en conjunto, el veintiún por ciento, casi una cuarta parte del área informativa general. Este dato expresa el interés de los rotativos de atender mediante información especializada, las demandas de diversos sectores de la población: empresarios, académicos, amas de casa, jóvenes, niños. El propósito principal es el económico: hacer más rentable sus ediciones informativas diarias.

Gráfica 13
Estructura de la superficie de la muestra, en general



La temática de los suplementos periodísticos, oscila entre la crítica y creación literaria y reseñas de libros (Visor, Tapatío cultural) y la cobertura de eventos sociales e información para el entretenimiento en la ciudad (Hey, La buena vida, Calor de hogar), pasando por los deportes, el fútbol en especial (Señor Fut, La afición), la tecnología (Ciberia, Innovación); los bienes raíces (Casas y terrenos) y los viajes (Pasaporte) entre otros temas.

Tabla 17
Estructura de la superficie de la muestra, por diario

Diario	Información (cm2)	Suplementos (cm2)	Superficie general (cm2)
El Informador	2,959,168	255,747.50	3,200,324
Público	1,495,240	841,580	2,336,820
Mural	3,555,692	989,297	4,544,969
Total	8,010,100	2,086,625	10,082,113

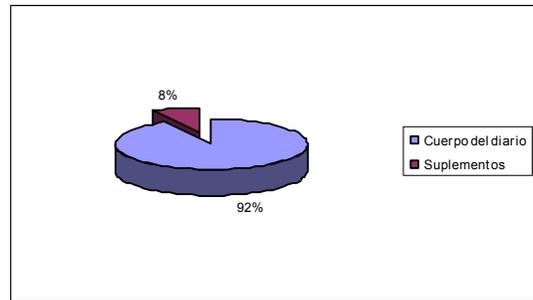
Al observar la estructura interna en cada diario, los porcentajes que los suplementos ocupan de manera individual varían visiblemente. El Informador es coherente con su línea editorial un tanto conservadora y es el que muestra menos centímetros cuadrados dedicados a suplementos. En contraposición, Mural supera con casi tres veces el área del Informador respecto al espacio dedicado a sus diferentes suplementos durante la semana.

4.1.2.1 Estructura de la superficie de la muestra en El Informador

El Informador pudiera considerarse un diario un tanto conservador en el sentido que la mayor parte de la información elaborada está ubicada –noventa y dos por ciento- en las secciones permanentes y apenas el ocho por ciento se publica en los suplementos.

En El Informador se identificaron solo cuatro suplementos: Gente bien (Sección de sociales) que se publica los viernes; Tapatío cultural (Ensayos sobre asuntos regionales y creación literaria) que se edita los domingos, Record diario Deportivo (Deportes) editado los jueves y los Comics dominicales.

Gráfica 14
Estructura de la superficie de la muestra en El Informador



Dentro de las secciones semanales existen entre otras, *Informática* sobre cuestiones de computación e informática. La sección científica propiamente se ubica dentro de unas páginas de la sección local, así como también ahí se localiza la sección dedicada a la cultura y las bellas artes en la sección denominada *Artes*.

4.1.2.2 Estructura de la superficie de la muestra en Público

En Público la edición informativa del mes-muestra se conformó por un treinta y seis por ciento dedicado a sus diversos suplementos y por el sesenta y cuatro por ciento de centímetros cuadrados que constituyen las páginas informativas básicas y permanentes.

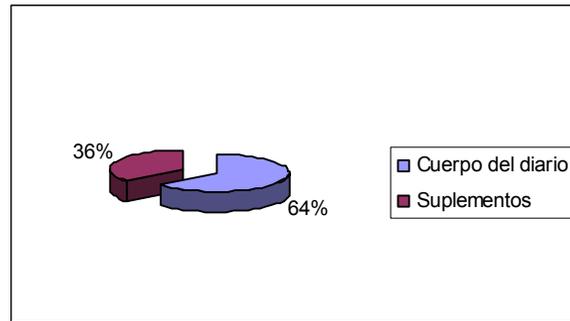
Público cuenta con once diferentes tipos de suplementos⁹. La literatura, y en particular, las reseñas de nuevos títulos literarios, se publican en el suplemento dominical, *Visor*.

Para la ciencia y la tecnología, Público edita *Ciberia*, que como su nombre lo indica, ahí se difunde información respecto al mundo de la informática y el Internet, novedades de accesorios y consejos de uso personal de diversos programas y artefactos electrónicos exclusivamente. La intención de este suplemento se percibe principalmente de tipo comercial ya que promueve e introduce novedades y sugiere sus usos entre los lectores.

⁹ ver la descripción en la sección 3.6.3

Gráfica 15

Estructura de la superficie de la muestra, en Público



4.1.2.3 Estructura de la superficie de la muestra en Mural

Mural dedica un espacio del veintidós por ciento del total de sus centímetros cuadrados para sus suplementos. El setenta y ocho por ciento restante corresponde a la información establecida en las secciones permanentes.

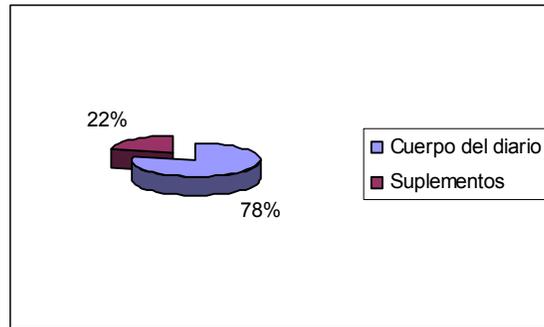
Hay que recordar, sin embargo que Mural es el diario que ofrece su información general en un mayor número de páginas que los otros dos periódicos. Durante el mes de febrero Mural editó quince suplementos diferentes. Unos semanales, otros cada tercer día, y otros más de manera única.

Hoja por hoja es el único suplemento cultural que ofrece. Este es, sin embargo, un inserto que el periódico no edita pero que adopta como propio; es mensual. Se trata de reseñas literarias y artículos de opinión respecto a la literatura mundial y los nuevos títulos que aparecen en el mercado.

Ya se había mencionado que Mural cuenta además con un convenio con *The New York Times*, diario norteamericano, el cual cada domingo envía un inserto en español sobre información internacional general. Entre las páginas de este suplemento, aparecen dos secciones, una sobre cultura y vida cotidiana, principalmente en el contexto norteamericano y otra sobre ciencia y tecnología.

Mural no edita ningún suplemento propio sobre ciencia o tecnología. Cuenta sin embargo con la sección de Gente que en su interior se le dedica espacio diario tanto a la cultura como a la ciencia y a la tecnología.

Gráfica 16
Estructura de la superficie de la muestra en Mural



4.1.3 Superficie de cobertura¹⁰, general y por diario

Ahora bien, la información sobre ciencia-tecnología y sobre cultura difundida por los tres diarios en sus diferentes secciones especializadas o suplementos respectivos, apenas sumó en conjunto quinientos setenta y cinco mil ochocientos cincuenta y cuatro centímetros cuadrados, lo que significa un seis por ciento del total del área informativa mensual.

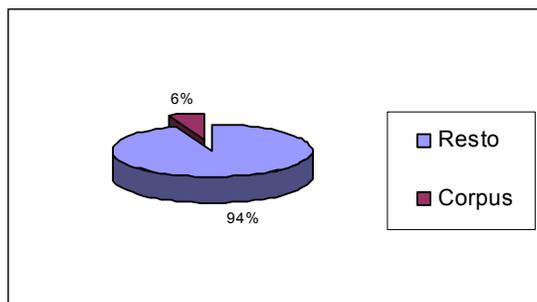
Tabla 18
Superficie de cobertura, general

Diario	Información (cm2)	Cobertura (cm2)	Superficie (cm2)
El Informador	3,005,355.55	194,968.45	3,200,324
Público	2,120,707.00	216,113.00	2,336,820
Mural	4,380,196.45	164,772.55	4,544,969
Total	9,506,259.00	575,854.00	10,082,113

Este escaso porcentaje dedicado a la ciencia y tecnología y a la cultura, expresa entre otras cosas, poco interés por parte de las empresas informativas de difundir y dar a conocer acontecimientos sobre dichos ámbitos de la vida social.¹¹

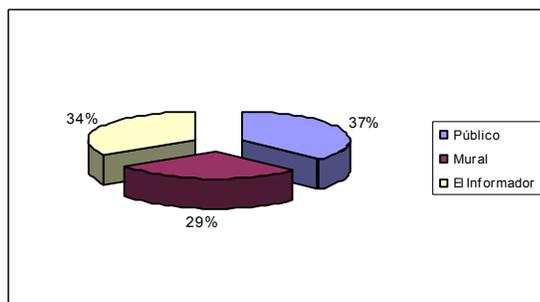
¹⁰ Cobertura del conjunto de ciencia-tecnología y cultura

Gráfica 17
Superficie de cobertura, general



Ahora bien, de los quinientos setenta y cinco mil ochocientos cincuenta y cuatro centímetros cuadrados dedicados propiamente a la ciencia y Tecnología y a la cultura, El Informador edita el treinta y cuatro por ciento de esos centímetros, Público cubre por su parte, el treinta y siete por ciento de las páginas; y Mural llega al escaso veintinueve por ciento.

Gráfica 18
Superficie de cobertura, por diario



Como se aprecia en la gráfica diez y ocho, los porcentajes de distribución, en esta ocasión se invierten.

¹¹ No es el objeto de nuestro trabajo, realizar un comparativo entre el espacio dedicado al deporte o a sociales y el dedicado a los temas que nos ocupan pero resulta interesante considerarlo. Una descripción de los contenidos registrados, deja ver los intereses editoriales y mercadotécnicos que en principio y superficialmente, se perciben en cada institución noticiosa.

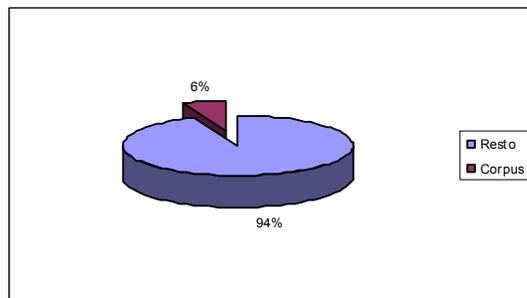
Ahí, Público es el diario cuya proporción interna y comparativamente con los otros dos periódicos en cuanto a difusión científico-tecnológica y cultural es significativamente mayor. Le sigue en porcentaje El Informador. Mural, de acuerdo a los datos, parece no interesarle mayormente la difusión de información relacionada con la ciencia y la tecnología ni con la cultura.

4.1.3.1 Superficie de cobertura en El Informador

El Informador dedicó, durante el mes de muestra, un seis por ciento de su superficie general a la ciencia y tecnología y a la cultura, que en números absolutos representa ciento noventa y cuatro mil novecientos sesenta y ocho punto cuarenta y cinco centímetros cuadrados.

Gráfica 19

Superficie de cobertura en El Informador

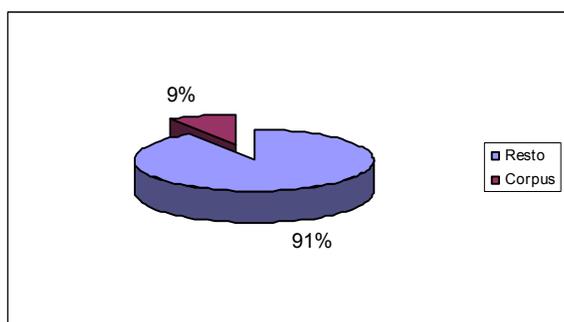


4.1.3.2 Superficie de cobertura en Público

Por su parte, el espacio dedicado en conjunto a la ciencia-tecnología y a la cultura en Público sumó doscientos diez y seis mil ciento trece centímetros cuadrados, es decir un nueve por ciento de la superficie total del diario durante el mes de muestra.

Gráfica 20

Superficie de cobertura al conjunto de ciencia-tecnología y cultura, en Público

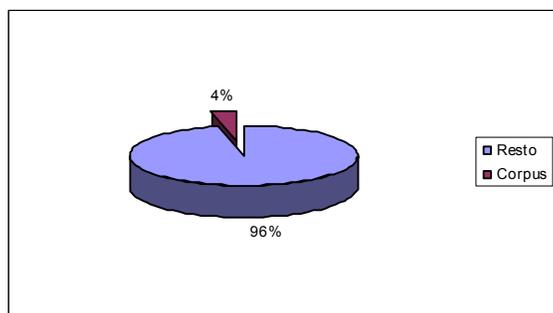


4.1.3.3 Superficie de cobertura en Mural

En Mural, el porcentaje que se le dedica la ciencia-tecnología y a la cultura, apenas llega al cuatro por ciento de la superficie total, es decir ciento sesenta y cuatro mil setecientos setenta y dos punto cincuenta y cinco centímetros cuadrados, a pesar de que éste es el diario que cuenta cotidianamente en números absolutos, con mayor área informativa .

Gráfica 21

Superficie de cobertura en Mural



La anterior descripción de la proporción que cada uno de los tres diarios dedica a la ciencia-tecnología y a la cultura muestra una aparente similitud porcentual en cuanto a la oferta informativa respecto a tales temas.

4.1.4 Superficie de cobertura por formato de la información, en general y por diario

En la descripción de los datos que componen el corpus, se identificaron cuatro tipos de unidades informativas: Agenda científico-tecnológica, agenda cultural, difusión científico-tecnológica y difusión cultural.

La tabla diez y nueve y la gráfica veintidós muestran la estructura general en centímetros cuadrados que conforma el tipo de información que se difunde en torno a la ciencia-tecnología y la cultura dentro de las páginas de la prensa local.

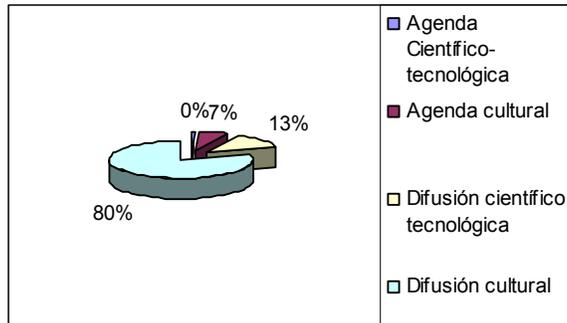
Tabla 19
Superficie de cobertura por tipo de información, en general

Tipo de información	Superficie en Cm2
Agenda científico-tecnológica	2,709.00
Agenda Cultura	38,353.24
Difusión científico-tecnológica	77,014.95
Difusión Cultural	457,776.05
Total	575,854.00

El ochenta por ciento del espacio del corpus, es decir cuatrocientos cincuenta y siete mil setecientos setenta y seis punto cero cinco centímetros cuadrados, está dedicado a la difusión cultural que sumada con el segmento que se dedica a la agenda de eventos culturales tendríamos un ochenta y siete por ciento del total de centímetros del corpus, en contraposición al trece por ciento que se destina a informar acerca de la ciencia y la tecnología. Una diferencia significativa.

Gráfica 22

Superficie de cobertura por tipo de información, en general



La agenda científico-tecnológica apenas llega a cubrir dos mil setecientos nueve centímetros. En la gráfica veintidós dicha agenda no se representa porcentualmente y se marca cero por el escaso volumen con el que cuenta.

Tabla 20

Superficie de cobertura por tipo de información, por diario

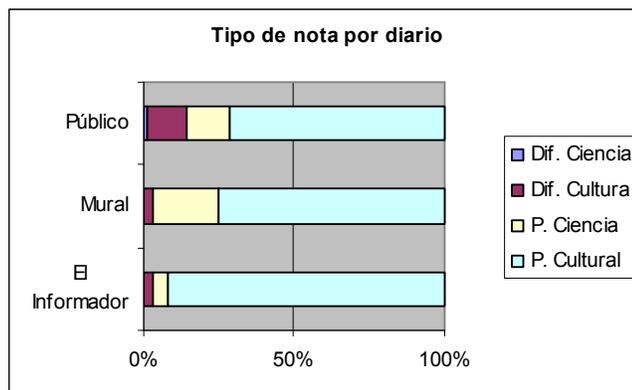
Tipo de información	El Informador (cm2)	Público (cm2)	Mural (cm2)
Agenda científico-tecnológica	255.00	2,376.00	78.00
Agenda cultural	5,816.00	27,845.49	4691.75
Difusión científico-tecnológica	9,614.20	31,435.25	35,965.50
Difusión cultural	179,282.75	154,456.00	124,037.30
Total	194,968.45	216,113	164,772.55

La tabla veinte y a la gráfica veintitrés, por su parte ofrecen una panorámica comparativa de la estructura informativa en cada uno de los tres diarios.

Se puede apreciar que El Informador centra principalmente su atención, de acuerdo a los centímetros cuadrados dedicados, al desarrollo de la difusión cultural. Los otros tipos de notas apenas aparecen entre sus páginas, en comparación con lo que Público y Mural ofrecen.

Gráfica 23

Superficie de cobertura por tipo de información, por diario



Público por su parte, es el diario que de su cien por ciento ofrece significativamente más espacio para la difusión tanto de la cultura como de la ciencia y la tecnología. Da a conocer información sobre eventos culturales, conferencias y exposiciones tecnológicas y científicas en más espacio que los otros dos.

A su vez, Mural cuenta con menos centímetros cuadrados para la agenda cultural en general, pero curiosamente edita más centímetros en torno a la difusión de la ciencia y tecnología que los otros dos rotativos. Recordemos que Mural cada semana distribuye un suplemento editado en conjunto con *The New York Times* en donde varias páginas de información científica y tecnológica impresas y que sumada a los centímetros de los espacios permanentes, generalmente una página, sobre tecnología e innovaciones en la sección de Gente, superan las áreas de los otros diarios. Además, al igual que Público, Mural se distingue por acompañar la información generalmente, con amplias fotografías e imágenes vistosas que naturalmente requieren de algunos centímetros de más.

De acuerdo a los datos que de manera individual arrojan los diarios, la difusión cultural es sin duda el tipo de nota que se desarrolla con mayor frecuencia en la prensa local.

4.1.4.1 Superficie de cobertura por tipo de información, en El Informador

La información en El Informador en torno a la difusión cultural representó el noventa y tres por ciento de los centímetros cuadrados del corpus en estudio. La agenda cultural, por su parte conformó el tres por ciento de dicha área. Ahora bien si sumamos ambas categorías, podríamos afirmar que en El Informador la información en torno a la cultura representa el noventa y seis por ciento del espacio.

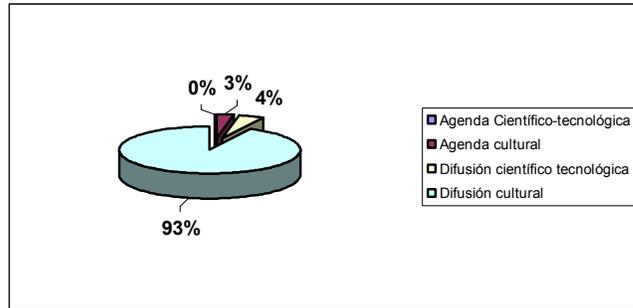
Tabla 21
Superficie de la cobertura por tipo de información en El Informador

Tipo de información	Superficie en cm2
Agenda científico-tecnológica	255.00
Agenda cultural	5,816.00
Difusión científico-tecnológica	9,614.20
Difusión Cultural	179,282.75
Total	194,968.45

En cambio, como ya se había visto más arriba, ciencia-tecnología apenas se nota como tema de interés para El Informador; representó tan solo un cuatro por ciento del espacio total, lo que suma nueve mil seis cientos catorce punto veinte centímetros cuadrados. La agenda científico-tecnológica apenas sumó doscientos cincuenta y cinco centímetros cuadrados, que en la representación gráfica no llegó ni al uno por ciento por lo que se muestra como cero por ciento.

Gráfica 24

Superficie de cobertura por tipo de información en El Informador



4.1.4.2 Superficie de cobertura por tipo de información, en Público

Público, es el diario que en números absolutos ofrece mayor espacio a la cobertura de la ciencia y tecnología y de la cultura de los tres rotativos.

Tabla 22

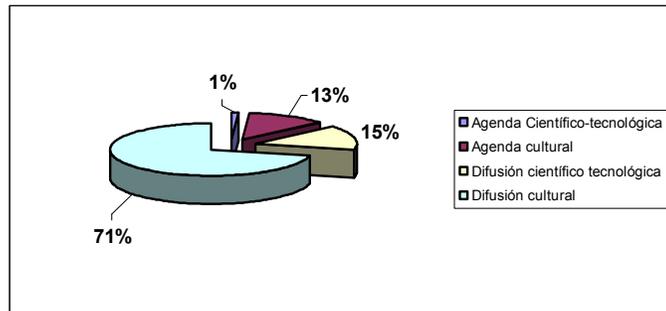
Superficie de cobertura por tipo de información, en Público

Tipo de información	Superficie en cm2
Agenda científico-tecnológica	2,376.00
Agenda cultural	27,845.49
Difusión científico-tecnológica	31,435.25
Difusión cultural	154,456.00
Total	216,113.00

El setenta y un por ciento del área pertenece a la difusión cultural que junto con la agenda cultural - trece por ciento- representa un ochenta y cuatro por ciento del total; mientras que la difusión científico-tecnológica sumó apenas un quince por ciento, que junto con el porcentaje de la agenda científico-tecnológica –

uno por ciento-, la ciencia representó un escaso diez y seis por ciento del total del espacio que Público dedica a estos temas.

Gráfica 25
Superficie de cobertura por tipo de información en Público



4.1.4.3 Superficie de cobertura por tipo de información en Mural

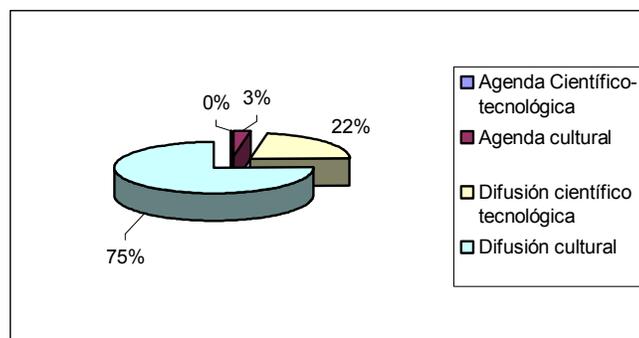
Mural es el medio informativo que ofrece más centímetros cuadrados de información diaria; representa el cuarenta y cinco por ciento del universo en estudio. Sin embargo, al referimos en concreto a la difusión de la cultura y de la ciencia y tecnología, Mural resulta ser el periódico que ofrece la menor área informativa al respecto de los tres.

Tabla 23
Superficie de cobertura por tipo de información en Mural

Tipo de nota	Superficie en cm2
Agenda científico-tecnológica	78. 00
Agenda cultural	4, 691. 75
Difusión científico-tecnológica	35, 965. 50
Difusión cultural	124, 037. 30
Total	164, 772. 55

Del cien por ciento del espacio dedicado a la ciencia y tecnología y a la cultura, el setenta y cinco por ciento, Mural lo dedica a la difusión cultural, mientras que la difusión en torno a la ciencia y la tecnología obtiene un veintidós por ciento de las páginas de ese periódico. Este último porcentaje es significativamente mayor en proporción que en los otros dos rotativos. Sin embargo, el área dedicada a la agenda científico-tecnológica y la agenda cultural es tan escasa en Mural que en la gráfica veintiséis, sus porcentajes no son representativos y marcan cero por ciento. Si sumamos estos dos últimos tipos de notas la ciencia y tecnología alcanza apenas un tres por ciento de todos los centímetros cuadrados de la cobertura en Mural.

Gráfica 26
Superficie de cobertura por tipo de información en Mural



4.2 Número de notas, general

De la muestra en estudio –febrero 2005- resultaron mil trescientas cuarenta y una unidades informativas identificadas y registradas.

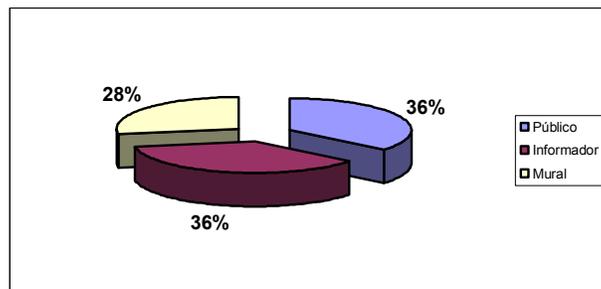
Tabla 24
Número de notas, por diario

Diario	Número de notas
Informador	490
Público	479
Mural	372
Total	1341

La tabla veinticuatro muestra que el número de notas por diario prácticamente tiene una relación directa con los centímetros cuadrados que en cada uno de los periódicos se le dedicó a dicha información.

Resultó una sorpresa que El Informador, diario aparentemente más conservador en cuanto a la difusión informativa en general, resultase el que ofreciera más número de notas (sin importar su tamaño) de los tres. Público le siguió con poca diferencia, lo que hizo que gráficamente representaran prácticamente el mismo porcentaje –treinta y seis por ciento- en ambos casos. Mural por su parte, ofreció el veintiocho por ciento de las notas identificadas dentro de los temas científicos y tecnológicos y culturales.

Gráfica 27
Número de notas, por diario



También el número de notas informativas por tipo de nota parece estar directamente proporcional a la cantidad de centímetros cuadrados dedicados por tipo de nota. Casi el setenta por ciento de estas notas se ubican en lo que se

definió como difusión cultural, y el diez y siete por ciento a la agenda cultural propiamente dicha; esto es el ochenta y siete por ciento de la información analizada se refiere a temas que tengan que ver con la expresión y administración de la cultura tanto en la localidad como en otros lugares del mundo.

Tabla 25

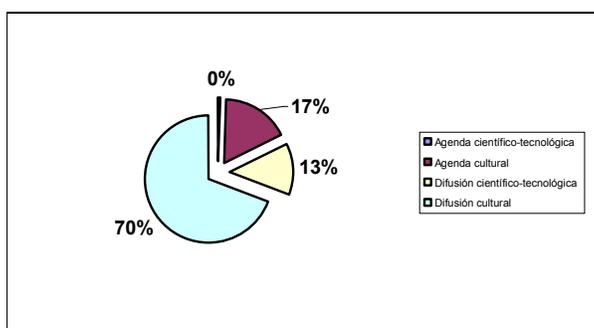
Número de notas por tipo de información, en general

Tipo de información	Número de notas
Agenda científico-tecnológica	6
Agenda cultural	233
Difusión científico-tecnológica	173
Difusión cultural	929
Total	1,341

Sólo un trece punto cinco por ciento de la información, es decir ciento ochenta y siete notas de las mil trescientas cuarenta y una, se ocupan de temas relacionados con la ciencia y la tecnología, tanto en el tratamiento de agenda como en cuanto a la difusión científico-tecnológica. De acuerdo a los datos de cada diario aquí descritos, pareciera como si en Guadalajara no se realizaran eventos en torno a la ciencia y tecnología pues la cobertura al respecto fue muy baja durante el mes muestra.

Gráfica 28

Número de notas por tipo de información, en general



En la gráfica veintiocho no se refleja el porcentaje real que ocupa la agenda científico-tecnológica en la muestra de estudio; pero ésta representa el punto cinco por ciento con apenas seis notas.

4.2.1 Número de notas por tipo de información, por diario

La tabla veintiséis ofrece una panorámica muy ilustrativa del esquema informativo que cada uno de los diarios formó durante el mes muestra. Aunque más adelante se detalla la composición individual por periódico, aquí se percibe de manera comparativa, la composición de cada diario.

El número de notas de la agenda cultural en Público es mayor que el número de notas de El Informador y Mural juntos. Este dato revela el interés de Público por difundir y promover las actividades culturales en la ciudad.

Tabla 26
*Número de notas por tipo de información,
por diario*

Diarios	Agenda científico-tecnológica	Agenda cultural	Difusión Científico-cultural	Difusión cultural	Número de notas
El Informador	2	56	49	383	490
Público	2	118	52	307	479
Mural	2	59	72	239	372
Total	6	233	173	929	1,341

La difusión científico-tecnológica por su parte, en cuanto a número de notas, resultó más voluminosa en Mural que en los otros dos diarios. Dato interesante si recordamos que Mural ha sido el diario con menos unidades informativas en la cobertura general de la ciencia y tecnología y de la cultura.

El Informador es el diario a la cabeza en número de notas en la difusión cultural y en número de notas en general.

Las notas en torno a la difusión cultural del El Informador componen prácticamente el cuarenta y un por ciento de las novecientas veintinueve, es decir trescientas ochenta y tres notas; Público por su parte cubre el treinta y tres por

ciento, con trescientas siete notas y Mural casi un veintiséis por ciento, con doscientas treinta y nueve notas.

4.2.1.1 Número de notas por tipo de información en El Informador

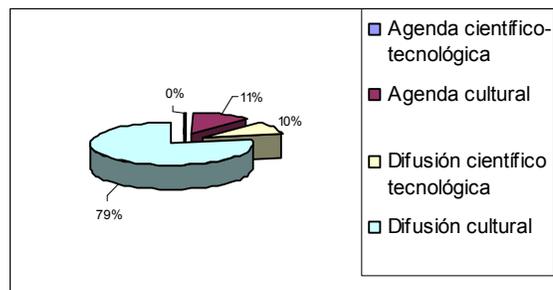
De manera individual, El informador al igual que Público y Mural ofrece únicamente dos notas de la agenda científico-tecnológica.

Tabla 27
Número de notas por tipo de información en El Informador

Tipo de información	Número de notas
Agenda científico-tecnológica	2
Agenda cultural	56
Difusión científico-tecnológica	49
Difusión cultural	383
Total	490

Las notas en torno a la agenda cultural son un poco más numerosas que las de difusión científico-tecnológica, diez y once por ciento respectivamente. La difusión cultural en cambio representa un setenta y nueve por ciento de las notas, con trescientas ochenta y tres notas.

Gráfica 29
Número de notas por tipo de información en El informador



4.2.1.2 Número de notas por tipo de información en Público

La difusión cultural en Público sumó más de la mitad de las unidades informativas -sesenta y cuatro por ciento-, mientras que la difusión científico-tecnológica apenas alcanzó el once por ciento. Una cuarta parte de las notas se refieren a información sobre la agenda cultural. La agenda científico-tecnológica no es representativa en la gráfica veintinueve ya que apenas cuenta con dos notas de las cuatrocientos setenta y nueve.

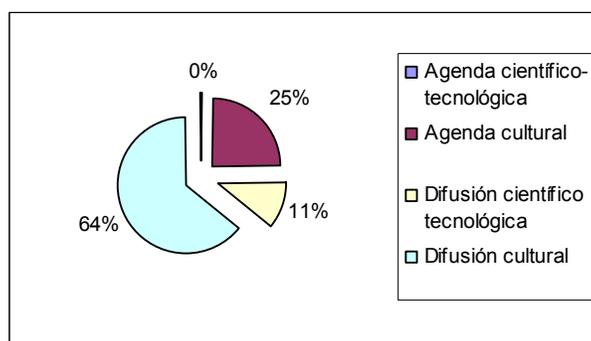
Tabla 28

Número de notas por tipo de información en Público

Tipo de información	Número de notas
Agenda científico-tecnológica	2
Agenda cultural	118
Difusión científico-tecnológica	52
Difusión cultural	307
Total	479

En Público la cantidad de notas en torno a la difusión científico-tecnológica general, resultó menor en prácticamente la mitad del número de notas que el volumen de notas de la agenda cultural; lo que demuestra mayor notoriedad de los eventos culturales locales que información científico-tecnológica.

Gráfica 30
Número de notas por tipo de información en Público



4.2.1.3 Número de notas por tipo de información en Mural

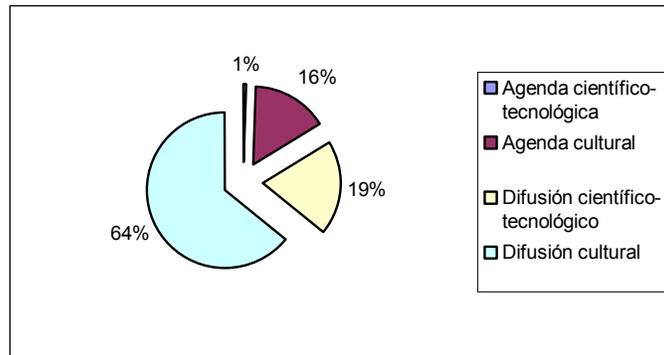
Mural, el diario que ostenta la menor cantidad de unidades informativas en comparación con los demás, ofrece tanto proporcionalmente –diez y nueve por ciento- como en números absolutos –setenta y dos notas-, más noticias sobre ciencia y tecnología de los tres diarios.

Tabla 29
Número de notas por tipo de información en Mural

Tipo de información	Número de notas
Difusión cultural	239
Difusión científico-tecnológica	72
Agenda cultural	59
Agenda científico-tecnológica	2
Total	372

Sin embargo, la proporción porcentual en las notas de difusión cultural de Mural se presenta menor a las contabilizadas en los otros dos diarios en estudio.

Gráfica 31
Número de notas por tipo de información en Mural



4.3 Número de notas en primera plana, por tipo de información

En conjunto, las notas que fueron valoradas como meritorias para aparecer en la primera plana de los tres diarios, apenas alcanzaron un dos por ciento de las mil trescientas cuarenta y un unidades informativas. El noventa y ocho por ciento de la información general, es decir mil trescientas veinte notas en torno a la cultura y ciencia y tecnología no fue considerada por las empresas informativas con suficiente impacto para ser colocado en algún lugar de la primera plana de sus diarios.

Tabla 30
Número de notas en primera plana, en general

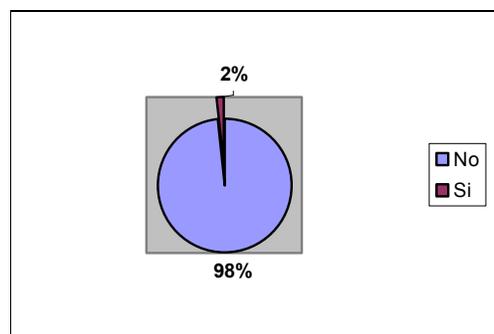
1ª plana	Número de notas
No	1, 320
Si	21
Total	1, 341

Uno de los pocos acontecimientos que fueron calificados como noticia de primera plana resultó ser la Feria Internacional de Arte Contemporáneo ARCO

2005 llevada a cabo en Madrid, España cuyo país invitado en la muestra fue precisamente México. A la inauguración de dicha esa exposición acudió junto con los reyes de España, el presidente de la república, Vicente Fox Quesada junto con su esposa y algunos funcionarios mexicanos, por lo que fue cubierta ampliamente por los diarios y además anunciada en la primera página.

Otros dos acontecimientos sorprendentes que ameritaron la primera plana fueron las muertes de los escritores Guillermo Cabrera Infante y Arthur Miller, cubano y norteamericano respectivamente, quienes destacaron en la literatura mundial contemporánea.

Gráfica 32
*Número de notas en primera plana,
en general*



Eventos culturales locales, como el Festival del Centro Histórico de Guadalajara, entrevistas a artistas foráneos y/o locales, la inauguración del Teatro Diana en la ciudad o la controversia suscitada por la cercanía de fechas de los conciertos de los cantantes italianos Luciano Pavarotti y Andrea Bocelli en diferentes teatros locales también fueron noticia de la primera plana.

Notas sobre algunos de los eventos en primera plana, como fueron la inauguración del Teatro Diana realizada con la presentación de un espectáculo de danza celta El Señor de los Anillos y la controversia entre los conciertos de los cantantes italianos, recibieron distinto tratamiento y fueron ubicadas en secciones diferentes por los tres diarios. Así, se puede decir que la sección de Cultura se “disputó” la nota con la sección de Espectáculos y/o las notas locales. Ambos

eventos se difundieron por los diarios con cierto tinte político. La Universidad de Guadalajara, como importante actor social tras bambalinas en ambas notas, fue calificada con algunos adjetivos con los cuales la prensa local buscaba polemizar los asuntos.¹²

De las veintiuna noticias que aparecieron en primera plana, solamente dos de ellas fueron tipificadas como difusión científico-tecnológica. Ambas fueron editadas por el periódico Mural. La primera se refiere de manera negativa a la influencia que tiene el uso del Internet en la salud pública, en el sentido que “La gran cantidad de información médica que circula en la red y el aumento de usuarios que la consultan ha dado pie al surgimiento de la cibercordia...”¹³

La otra nota se refiere a un “virus” cibernético que ataca a través del Messenger de Microsoft los discos duros de las PC que son contagiadas por el uso de ese dispositivo electrónico. Dicha información que pareciera ser una nota sobre tecnología, por el modo de tratar la información, en realidad es un tema económico é incluso policiaco: “Ataca a Messenger epidemia mundial... Las principales firmas de seguridad antivirus lanzaron una alerta amarilla por la rápida propagación de dos gusanos informáticos...”

4.3.1 Número de notas en primera plana, por diario

De esas veintiún notas en primera plana, El Informador aportó ocho de ellas que representan el treinta y ocho por ciento.

Tabla 31

Número de notas en primera plana, por diario

Diario	Número de notas
El Informador	8
Público	2
Mural	11
Total	21

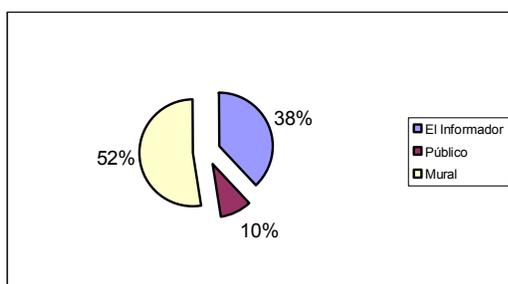
¹² Sobre el asunto, más adelante se explica de manera más detallada.

¹³ Mural, 01/02/05

Público, escasamente representó el diez por ciento con apenas dos notas. Mural, curiosamente resultó ser el medio informativo que consideró en mayor medida, la información cultural y científico-tecnológica para ser publicada en primera plana. Aparecieron once notas en primera plana, las cuales representan el cincuenta y dos por ciento del total.

Gráfica 33

Número de notas en primera plana, por diario



4.3.1.1 Número de notas en primera plana en El Informador

De manera individual, en El Informador, las ocho notas representan el dos por ciento de su total.

Los acontecimientos abordados por este periódico fueron en torno a la cultura. Seis en el ámbito local y dos en latitudes fuera del país.

Tabla 32

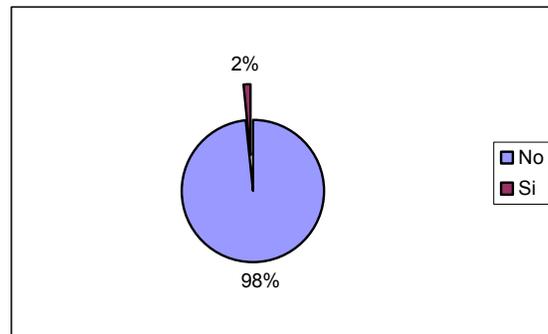
Número de notas en primera plana, en El Informador

1ª Plana S/N	Total
No	482
Si	8
Total	490

La polémica periodística suscitada entre los organizadores de dos recitales de artistas italianos considerados más o menos del mismo género, Luciano Pavarotti y Andrea Bocelli, a partir de que los artistas se presentarían en fechas

cercanas uno del otro a principios de marzo. El Informador resaltó de manera negativa la situación de la U d G, organizadora del concierto de Pavarotti y hacer referencia a la ambigüedad de los constantes comunicados emitidos por esta institución, sobre cambios de sede y de fecha.

Gráfica 34
Número de notas en primera plana, en El Informador



La remodelación del Teatro Degollado fue otro tema en primera plana en El Informador.

El Informador es uno de los organizadores, junto con el ayuntamiento de Guadalajara del Beso por Guadalajara que se realiza el catorce de febrero como conmemoración de la fundación de la ciudad y al mismo tiempo celebración del día de la amistad. Este evento también fue anunciado en primera plana, lo mismo que una entrevista que se le hizo a la coreógrafa Adriana Quinto respecto a la presentación de la versión de Carmen en danza contemporánea.

La muerte de Guillermo Cabrera Infante fue otro tema en primera plana, así como también el Carnaval de Río de Janeiro cuyo tema de uno de los carros alegóricos sería El Quijote de la Mancha.

4.3.1.2 Número de notas en primera plana en Público

Público únicamente tuvo dos notas en primera plana, las que representan el punto cuatro por ciento de sus notas en general. Gráficamente este reducido porcentaje no se ve reflejado y marca cero.

La primera nota en primera plana se refiere a la política y promoción cultural en la ciudad; en específico sobre lo que implicaron, en la oferta de espacios culturales locales y también en la vida de los ciudadanos, las actividades de remodelación e inauguración del Teatro Diana. Este hecho editorialmente fue contradictorio, ya que por un lado, fue considerado positivo al ponderarse como un centro cultural con mucho potencia en la promoción de espectáculos diversos; pero por otro, se resaltaron los inconvenientes “reales” tanto en el acceso del público al teatro, como para los propios vecinos del teatro, quienes tendrán que “sufrir” el incremento del tráfico y saturación vehicular en la zona.

Tabla 33
Número de notas en primera plana, en Público

1ª Plana S/N	Total
No	477
Si	2
Total Público	479

La segunda se refiere a la reseña de un libro sobre salud y educación sexual realizado a partir de una encuesta a adolescentes, y mediante la cual se recuperan cuestionan ciertos aspectos de la sexualidad humana y su educación.

4.3.1.3 Número de notas en primera plana en Mural

El periódico Mural tuvo en su primera plana once notas en torno a la ciencia y tecnología y a la cultura, que en porcentaje representa un tres por ciento. Nueve de ellas son notas culturales y únicamente dos se refieren a aspectos relacionados con la ciencia y tecnología.

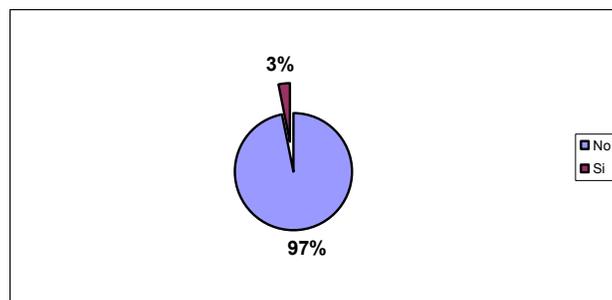
Tabla 34
Número de notas en primera plana, en Mural

1ª Plana S/N	Total
No	361
Si	11
Total	372

La inauguración del Teatro Diana y el espectáculo celta que abrió las puertas de ese teatro al público en general, fueron cubiertos por Mural ampliamente y también lo consideró en su primera plana.

Por otra parte, la polémica de los recitales de los cantantes italianos también fue objeto de primera plana. En este diario se hace énfasis también de la ambigüedad respecto de la U d G y la finalidad de la recaudación en dicho concierto. Originalmente se había anunciado que lo recaudado sería para la construcción de la nueva biblioteca de la universidad. Con los cambios tanto de sede y de fecha se afectó la demanda en boletos. Parece que se cancelaría o que no recuperarían la inversión, e incluso que habría pérdidas.

Gráfica 35
Número de notas en primera plana, en Mural



La muerte del escritor estadounidense Arthur Miller ameritó también espacio en la primera plana al igual que un homenaje ofrecido al escritor tapatío Emanuel Carballo por la U d G.

Un concierto de música electrónica argentina, dentro del marco del Festival Tapatío del Centro Histórico de Guadalajara 2005 y la situación de los psicópatas norteamericanos se consideraron también.

Arco 2005 fue nota de primera plana pero de manera negativa. El diario hizo polémica al publicar la entrevista a Gabriel Orozco quien afirmó no haber participado en aquella muestra oficial por no estar de acuerdo con los criterios de selección de la obra y artistas de los curadores responsables. Según Orozco, esta selección no representa realmente al arte mexicano contemporáneo.

Las dos únicas notas de ciencia y tecnología en primera plana, como ya se ha mencionado, se refirieron al uso del Internet y sus efectos en la vida cotidiana de la población; una de ellas fue respecto a la nueva patología denominada “cibercordia” y la otra sobre un virus que “ataca” masivamente a las Pc del mundo que cuenten con el sistema de Messenger.

4.4 Géneros periodísticos

4.4.1 Número de notas por género, en general

Los géneros utilizados por los periodistas en la difusión de la información se concentran principalmente en tres: La nota propiamente periodística, en un cincuenta y cinco punto cinco por ciento; la columna en un diez y seis punto cinco por ciento y el inserto informativo con un doce punto cinco por ciento.

Tabla 35
Número de notas por género, general

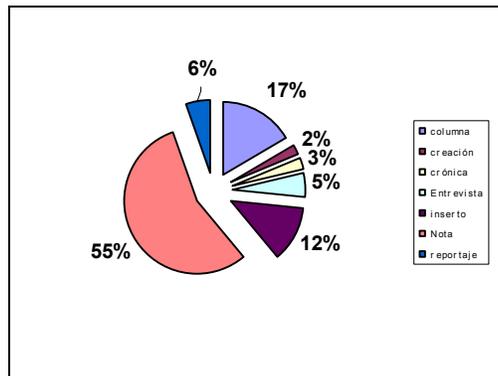
Género periodístico	Número de notas
Nota	744
Columna	223
Inserto	167
Reportaje	74
Entrevista	70
Creación	25
Crónica	38
Total	1, 341

La nota periodística en los tres diarios prácticamente supera el cincuenta y cinco por ciento en la frecuencia de uso. De manera individual El Informador llega al cincuenta y cinco por ciento; Mural alcanza el cincuenta y siete punto cinco por ciento y Público marca el cincuenta y cuatro punto cinco por ciento.

Ese elevado porcentaje nos da a conocer cierto tipo de periodismo que se desarrolla en la ciudad; evidencia de algún modo, su propósito: dar cuenta de lo

que sucede día a día; informa de la actualidad. Es una información accesible al público en general pero al mismo tiempo se percibe un sesgo mercantilista, en el sentido que se concibe al acontecer público como un producto cultural que debe consumirse, bien sea como herramienta para toma de decisiones individuales, o bien como mero elemento de ocio y entretenimiento.

Gráfica 36
Número de nota por género, en general



La naturaleza de la columna periodística, por su parte es el abordar desde la perspectiva particular del autor del texto, temas específicos, con el propósito de ampliar una información, confrontarla con otra, polemizar y/o ofrecer su opinión al respecto del asunto.

Por lo general, dentro de las páginas periodísticas, se busca que la columna sea un espacio de reflexión; están escritas en un formato y ritmo más pausado y profundo que las notas periodísticas, y está dirigida idealmente a un público aparentemente minoritario, más preparado que el público lector común de noticias en general.

Así, Mural resultó el medio informativo que utilizó con mayor frecuencia la columna de opinión -veinte por ciento-, después de la nota periodística. Le sigue El Informador en un diez y ocho por ciento y finalmente Público con un trece por ciento. El promedio global es de un diez y seis punto cinco por ciento.

Los insertos son utilizados con mucha frecuencia por los diarios para divulgar y promover acontecimientos que suceden en la ciudad. Las agendas o carteleras culturales son ejemplo de ello. También, los insertos se utilizan para dar

a conocer información de páginas en línea, difundir mediante el uso de un cartón, fotografía o ilustración de humor, alguna opinión que el propio medio emite respecto a algún acontecimiento, bien sea cultural o sobre ciencia-tecnología.

4.4.2 Número de notas por género, por diario

Si se mira detenidamente la tabla número treinta y seis se observa que proporcionalmente la distribución de notas por género es muy parecida entre los diarios. En los tres sobresale la nota periodística seguida por la columna de opinión. Solamente en Mural es significativamente menor la cantidad de insertos comparada con los de El Informador y Público; apenas diez unidades registradas, mientras que se detectaron sesenta y noventa y siete insertos en los dos anteriores respectivamente.

Tabla 36
Número de notas por género, por diario

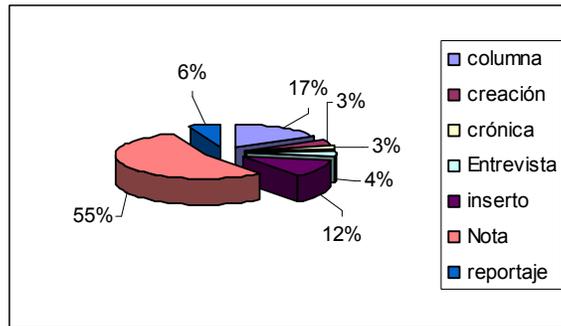
Género	El Informador	Público	Mural	Número de notas
Nota	268	262	214	744
Columna	85	62	76	223
Inserto	60	97	10	167
Reportaje	27	19	28	74
Entrevista	21	23	26	70
Crónica	15	11	12	38
Creación	14	5	6	25
Total	490	479	372	1341

4.4.2.1 Número de notas por género en El Informador

La nota periodística representa para El Informador el cincuenta y cinco por ciento, seguido por la columna de opinión con un diez y siete por ciento. El inserto representa el doce por ciento.

Las notas de creación y la crónica apenas llegan a un tres por ciento respectivamente.

Gráfica 37
Número de notas por género, en El Informador

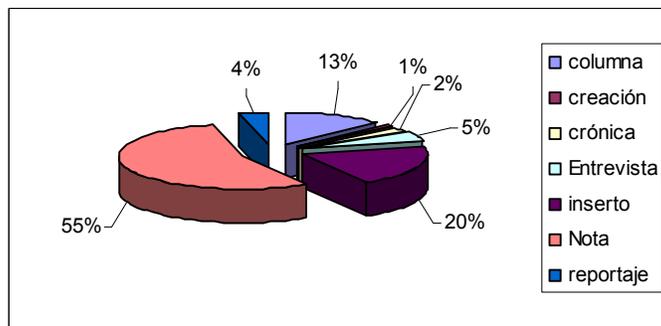


4.4.2.2 Número de notas por género en Público

En Público, las notas periodísticas suman el cincuenta y cinco por ciento.

El Inserto representa el veinte por ciento del total de las notas en este diario. El trece por ciento lo cubren las notas en la categoría de Columna. La Crónica con un dos por ciento y Creación con un uno por ciento son los géneros periodísticos menos utilizados en este rotativo.

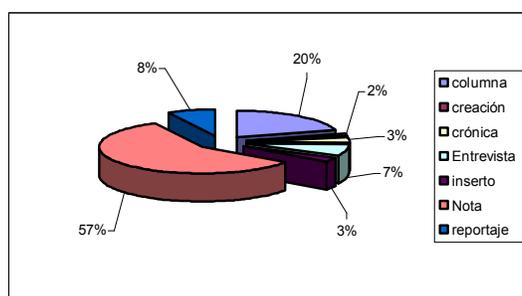
Gráfica 38
Número de notas por género, en Público



4.4.2.3 Número de notas por género en Mural

En Mural, la nota periodística representa el cincuenta y siete por ciento del total, mientras que la columna representa el veinte por ciento. El reportaje por su parte y la entrevista cubren el ocho y siete por ciento respectivamente. La crónica y la creación son los géneros menos socorridos por los periodistas y colaboradores de este diario. Representan apenas el tres y el dos por ciento respectivamente.

Gráfica 39
Número de notas por género, en Mural



4.5 Origen de la nota

4.5.1 Origen de la nota, en general

El Origen de la nota se refiere a desde dónde se construye la información. Por lo general éste viene explícito al principio o al final de la redacción de la nota y se escribe en grafías diferentes, generalmente negritas. Es notoria a simple vista la ausencia de una política editorial en los diarios de hacer explícito el origen de la nota ya que no se percibe una manera uniforme y constante para insertar ese dato en la redacción de la nota.

La observación anterior nos permite entender por que la categoría de origen N/E (No especificado) haya resultado la más abundante en las páginas informativas diarias. Se registró un setenta y nueve por ciento de unidades informativas como N/E, mil sesenta y ocho notas.

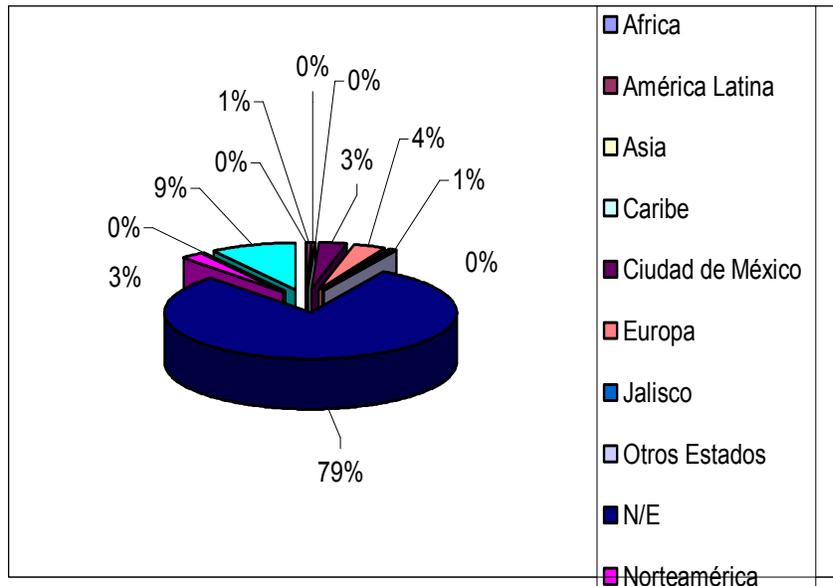
Tabla 37
Origen de la nota, en general

Origen de la nota	Número de notas
N/E	1,068
Zona Metropolitana de Guadalajara	127
Europa	50
Ciudad de México	40
Norteamérica	34
América Latina	7
México	7
Asia	2
Caribe	2
Jalisco	2
África	1
Plataforma Glaciar Abbot, Antártica	1
Total	1, 341

La Zona Metropolitana de Guadalajara aparece como segundo Origen de la nota mencionado; sumaron ciento veintisiete unidades, que significa apenas el nueve por ciento.

Uno de los ejes que se deben considerar al analizar los valores noticiosos es precisamente la geografía de la noticia, el área y el lugar dónde se originan, en donde la cercanía geográfica al lector y la facilidad de acceso a la información son algunos aspectos que influyen para que la Zona metropolitana de Guadalajara se muestre con un alto interés noticioso y fuera el primero en cuanto a frecuencia ,de los doce orígenes registrados en esta categoría.

Gráfica 40
Origen de la nota, en general



Europa es el segundo en mención aunque con menos de la mitad que la ZMG. Sumó cincuenta unidades. Después viene Ciudad de México con cuarenta menciones y Norteamérica en general, ofrece treinta y cuatro unidades donde aparece como Origen de la nota. Parece ser que se consideran a tales orígenes grandes concentraciones urbanas y representan polos de desarrollo económico importantes y por lo general son productores de aconteceres noticiosos.

Por el otro lado, América Latina, Otros Estados (de México), Asia, El Caribe y Jalisco inclusive, no figuran como lugares donde se generen noticias con frecuencia. África y la Plataforma Glaciar Abott se mencionaron como Origen de la nota, apenas una vez.

4.5.2 Origen de la nota por tipo de información

4.5.2.1 Origen de la nota por agenda científico-tecnológica

Las unidades informativas dentro del rubro agenda científico-tecnológica sumaron seis, de las cuales, el cien por ciento no especifican su origen N/E.

Tabla 38
Origen de la nota por agenda científico-tecnológica

Origen de la nota agenda científico-tecnológica	Número de notas
N/E	6
Total	6

4.5.2.2 Origen de la nota por agenda cultural

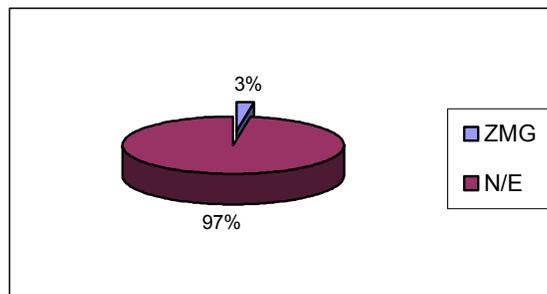
Por su parte, la agenda cultural se conformó por doscientas treinta y tres unidades informativas.

Tabla 39
Origen de la nota por agenda cultural

Origen de la nota agenda cultural	Número de notas
N/E	227
Zona Metropolitana de Guadalajara	6
Total	233

De esas, únicamente seis notas explicitaron su origen: Zona Metropolitana de Guadalajara, y el resto, que sumó el noventa y siete por ciento no especificó su origen.

Gráfica 41
Origen de la nota por agenda cultural



4.5.2.3 Origen de la nota por difusión científico-tecnológica

La Difusión científico-tecnológica contó por su parte, con ciento setenta y tres unidades informativas, la tercera categoría por volumen de notas. Es significativo que el periodismo científico-tecnológico cuente con una menor cantidad de notas que la Agenda cultural, la cual ofrece doscientas treinta y tres unidades.

De las ciento setenta y tres notas de esta categoría, el sesenta y tres por ciento, es decir, ciento once unidades se ubican en Origen (N/E) no especificado.

Tabla 40
Origen de la nota por difusión científico-tecnológica

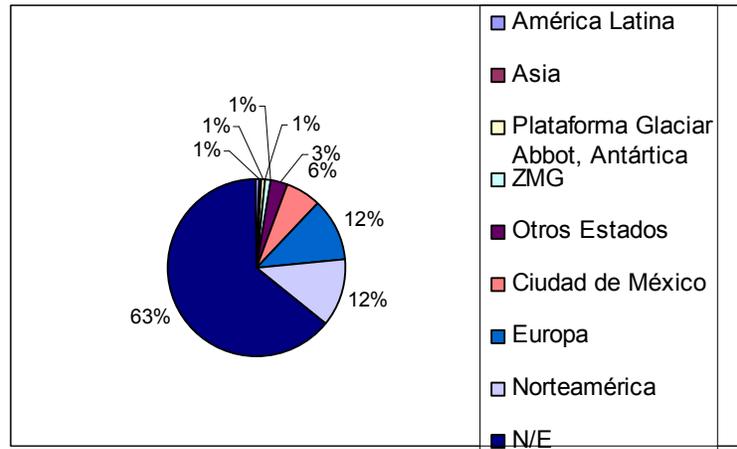
Origen de la nota	Número de notas
N/E	111
Norteamérica	21
Europa	20
Ciudad de México	11
Otros Estados	5
Zona Metropolitana de Guadalajara	2
Asia	1
América Latina	1
Plataforma Glaciar Abbot, Antártica	1
Total	173

El veintisiete por ciento restantes se concentró en ocho distintos orígenes sí manifiestos.

Norteamérica y Europa son los orígenes más recurrentes en las notas de difusión científico-tecnológica; cada uno sumó un doce por ciento. La ciudad de México representa el seis por ciento y el tres por ciento restantes, se diluye en cinco lugares con aparente bajo impacto como generadores de noticias científico-tecnológicas: la Zona Metropolitana de Guadalajara y Otros Estados (de México), Asia, América Latina, y la Plataforma Glaciar Abbot, los cuales son apenas mencionados una vez.

Gráfica 42

Origen de la nota por difusión científico-tecnológica



Los datos que aquí aparecen reiteran que los criterios para la selección de notas de difusión científico-tecnológica con respecto al Origen tiene que ver más que nada con la percepción que se tenga de éste con respecto al progreso y desarrollo innovaciones. Los polos de desarrollo ubicados en Europa y Norteamérica parecen ser los más notables del mundo y por eso aparecen como los más frecuentes. En cambio las zonas consideradas como “tercer mundo” como es América Latina, Asia en algunas zonas, África e incluso nuestro país son poco mencionadas. El criterio de cercanía geográfica no parece ser importante para la selección en este caso.

4.5.2.4 Origen de la nota por difusión cultural

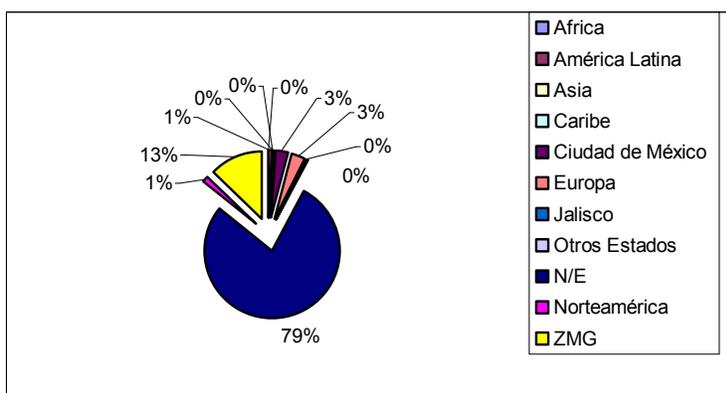
El Origen de la nota en la información de difusión cultural por lo general no se especifica. Un setenta y nueve por ciento de las notas en esa categoría, esto es setecientos veinticuatro unidades informativas, aparecen N/E. Este dato muestra el aparente desinterés por los medios escritos de identificar el Origen de la nota tanto como el Lugar de referencia que se describe más adelante.

Tabla 41
Origen de la nota por difusión cultural

Origen nota / Difusión Cultural	Número de notas
N/E	724
Zona Metropolitana de Guadalajara	119
Europa	30
Ciudad de México	29
Norteamérica	13
América Latina	6
Otros Estados	2
Caribe	2
Jalisco	2
Asia	1
África	1
Total	929

De las localidades especificadas, la Zona Metropolitana resultó ser la que cuenta con más menciones – ciento diez y nueve-, esto es un trece por ciento. Europa y Ciudad de México respectivamente representaron un tres por ciento del total, mientras que Norteamérica sumó un uno por ciento. América Latina, Otros Estados, Caribe, Jalisco, Asia y África, que fueron otros Orígenes mencionados no llegan, siquiera a la unidad de porcentaje cada uno.

Gráfica 43
Origen de la nota por difusión cultural



4.5.3 Origen de la nota por diario

4.5.3.1 Origen de la nota en El informador

Acerca de El informador se puede decir que prácticamente en casi todas sus notas publicadas—noventa y cuatro por ciento— no se explicita su origen informativo.

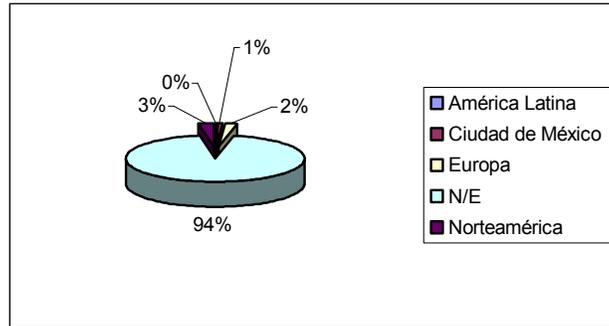
Tabla 42
Origen de la nota en El Informador

Origen de la nota	Número de notas
N/E	461
Norteamérica	13
Europa	11
Ciudad de México	4
América Latina	1
Total	490

El escaso seis por ciento de las unidades informativas donde sí se expresa el origen de la nota, se distribuye entre sitios como: Norteamérica con tres por ciento, Europa dos por ciento, Ciudad de México uno por ciento. América Latina

apenas tiene una mención, cantidad insuficiente para ser representativo gráficamente. Llama la atención notar que la Zona Metropolitana de Guadalajara, en El Informador no tenga ninguna mención como origen de notas.

Gráfica 44
Origen de la nota en El Informador



Si sólo observáramos el Origen informativo para definir el contenido periodístico, se podría pensar que no existe información local. Sin embargo esta sí existe; ésta se puede inferir por el Lugar de referencia que aquellas cuatrocientas sesenta y un unidades informativas N/E (No especificadas) son de origen local.

Como ya se mencionó más arriba, la abundancia de Orígenes N/E en El Informador habla de que posiblemente la lógica editorial interna de dicho rotativo da por sentado el Origen local y no lo explicita en sus páginas. Tal situación contrasta con aquella que aparece en las notas periodísticas generadas por otras fuentes informativas, diferentes al propio equipo editorial del diario. En la información venida de agencias de información o de otros medios periodísticos, sí se precisa y enfatiza el Origen noticioso.

4.5.3.2 Origen de la nota en Público

En Público, el Origen de la nota se explicita casi en un cincuenta por ciento.

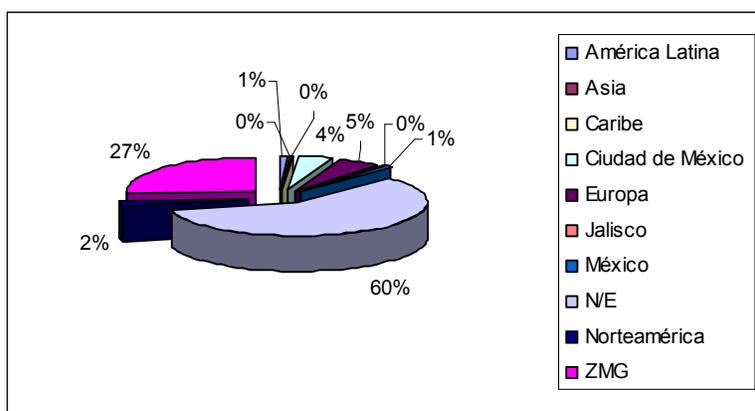
De manera desglosada, de las cuatrocientas setenta y nueve notas, el veintisiete por ciento - más de una cuarta parte- manifiestan su origen en la Zona Metropolitana de Guadalajara.

Tabla 43
Origen de la nota en Público

Origen de la nota / Público	Número de notas
N/E	283
Zona Metropolitana de Guadalajara	126
Europa	25
Ciudad de México	21
Norteamérica	11
Otros Estados	5
América Latina	4
Jalisco	2
Asia	1
Caribe	1
Total	479

Esta empresa informativa expresa interés en dar a conocer acontecimientos sociales cuya información se origina en la ciudad. En segundo lugar de frecuencia aparecen Europa y la Ciudad de México, con un cinco y un cuatro por ciento respectivamente. El ocho por ciento restante es distribuido en lugares diversos tales: Asia, El Caribe, Jalisco, Otros Estados (de México) y América Latina.

Gráfica 45
Origen de la nota en Público



4.5.2.3 Origen de la nota en Mural

Mural ofrece entre sus trescientas setenta y dos unidades, un amplio elenco de orígenes de la información. Resultaron once orígenes de la nota distintos. Sin embargo, el Origen que sobresale entre todos, es nuevamente el Origen N/E con ochenta y siete por ciento de las menciones.

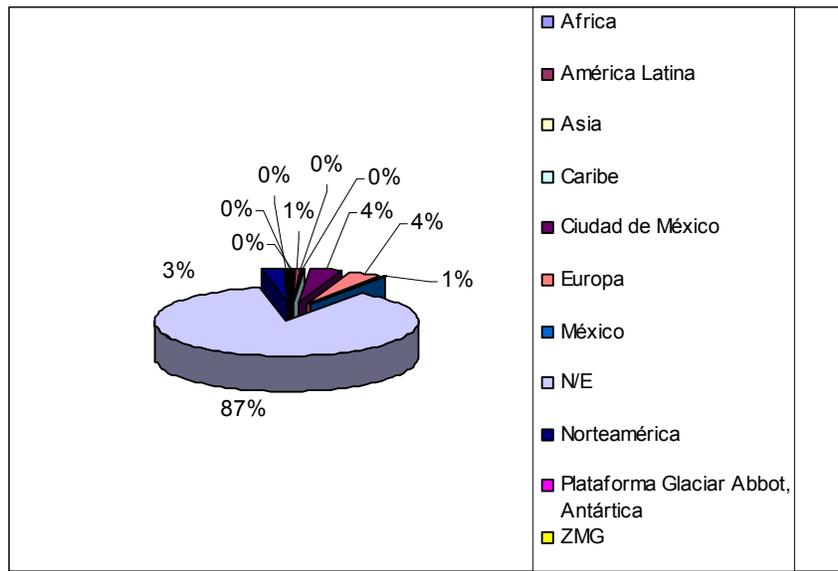
En segundo término en frecuencia, aunque muy distante de la primera categoría se encuentra la ciudad de México, con tan sólo quince notas, seguida inmediatamente por Europa con catorce menciones.

Tabla 44
Origen de la nota en Mural

Origen de la nota / Mural	Número de notas
N/E	324
Ciudad de México	15
Europa	14
Norteamérica	10
México	2
América Latina	2
África	1
Asia	1
Plataforma Glaciar Abbot, Antártica	1
Zona Metropolitana de Guadalajara	1
Caribe	1
Total	372

En Mural es significativo que la Zona Metropolitana de Guadalajara no haya aparecido como una sede originaria de noticias. En este periódico, la ZMG aparece únicamente una vez mencionada. Se mencionaron también, tan solo una vez, lugares tan dispares como fueron: El Caribe, la Plataforma Glaciar Abbot en la Antártica, Asia y África.

Gráfica 46
Origen de la nota en Mural



4.6 Lugar de referencia

4.6.1 Lugar de referencia, en general

El Lugar de referencia ubica al acontecer social en un lugar geográfico determinado.

En contraposición al Origen de la nota, en el Lugar de referencia, el cincuenta por ciento, es decir seiscientos sesenta y cinco notas se ubican en la Zona Metropolitana de Guadalajara. Le sigue en frecuencia aunque muy distante en cuanto a números absolutos, las notas con Lugar de referencia N/E. Esta categoría suma ciento cincuenta y nueve notas, es decir el doce por ciento de las mil trescientas cuarenta y un notas.

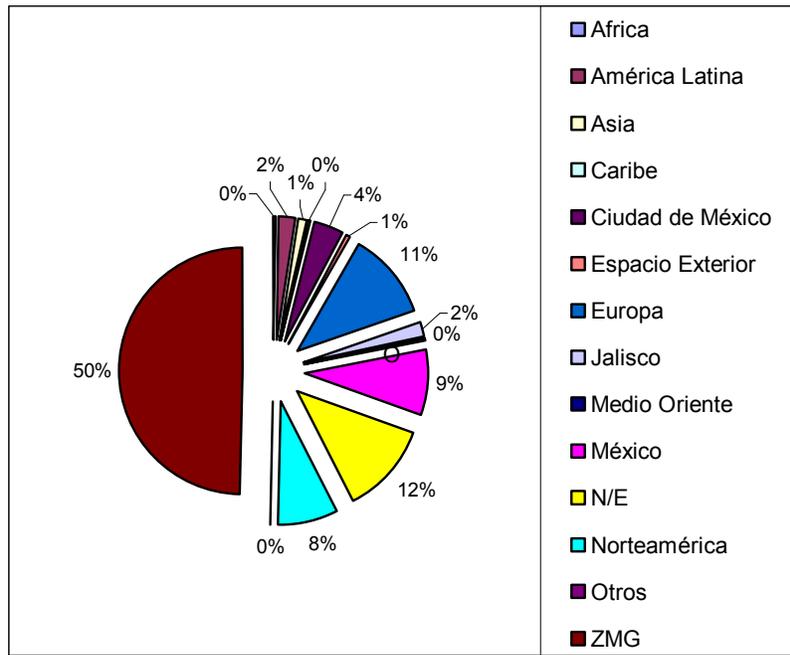
Tabla 45
Lugar de referencia, en general

Lugar de referencia	Número de notas
Zona Metropolitana de Guadalajara	665
N/E	159
Europa	153
Otros Estados	115
Norteamérica	105
Ciudad de México	54
América Latina	30
Jalisco	26
Asia	17
Espacio Exterior	7
Medio Oriente	4
África	2
Otros	2
Caribe	2
Total general	1341

Podría pensarse que una nota informativa estuviera incompleta si careciera del Lugar de referencia ya que el *dónde* es considerado como un elemento indispensable de toda nota periodística, pues es precisamente el espacio en el que sucede tal acontecimiento.

Se identificaron ciento cincuenta y nueve unidades informativas sin un Lugar de referencia especificado, un doce por ciento de las mil trescientas cuarenta y un notas. Ese dato se explica, si se nota que resulta práctica común en la redacción de notas en torno a la tecnología o sobre avances científicos en general, no precisar un Lugar de referencia; se describe el producto y su uso; se menciona el impacto del descubrimiento en la sociedad, por ejemplo. En esas notas se infiere que se le otorga más importancia al difundir y promover el producto o descubrimiento en cuestión que a dar a conocer dónde se desarrolló o descubrió. La ciencia parece no tener un terreno propio, se ubica más bien en redes de relaciones entre institutos de investigación y centros de desarrollo tecnológicos.

Gráfica 47
Lugar de referencia, en general



Para fines prácticos del presente trabajo, diversas ciudades e incluso países se englobaron en categorías más amplias: esto sucedió con Europa, Norteamérica, Asia, El Caribe, África o Jalisco y Otros Estados (de México).

El tercer lugar de referencia más mencionado fue Europa con un doce por ciento. Entre las geografías europeas ahí incluidas, destaca, por número de menciones, España. España fue el país donde se llevó a cabo la Muestra internacional de Arte Contemporáneo ARCO, en la cual México fungió como país invitado. Este hecho reforzó la noticiabilidad de tal Lugar de referencia para los diarios mexicanos.

Por su parte, Otros Estados (de México) aportó el nueve por ciento del total, con ciento quince menciones. En esa categoría, al igual que en el caso anterior, se concentraron las diversas entidades federativas. Sin embargo, se consideró a la ciudad de México por sí sola y representó el cuatro por ciento del interés noticioso en cuanto a Lugar de referencia.

Norteamérica, por su parte, contó con el ocho por ciento. Esta geografía al igual que Europa, sobresale del resto de las categorías, por ser un Lugar de

referencia relacionado con temas sobre innovaciones tecnológicas o descubrimientos científicos más frecuentemente que con tópicos culturales.

Merece enfatizar por otro lado, que las referencias Jalisco y América Latina, aparentemente “cercanas” físicamente como identitariamente, se equiparan por frecuencia de mención con Asia que es realmente lejana tanto geográfica como culturalmente a los lectores de periódicos tapatíos. Jalisco y América Latina representan cada una, un dos por ciento, mientras que Asia apenas llega al uno por ciento.

Ahora bien, Espacio exterior, Medio oriente, África, El Caribe y Otros resultaron geografías con el menor interés noticioso para las instituciones informativas. Gráficamente no tienen representatividad.

4.6.2 Lugar de referencia por tipo de información

4.6.2.1 Lugar de referencia por agenda científico-Tecnológica

Únicamente son seis las unidades informativas que pertenecen a la categoría de Agenda científico-tecnológica. En una de ellas, que representa el diez y siete por ciento del total, no se especifica el lugar de referencia. Las cinco restantes suman el ochenta y tres por ciento y se ubican en la Zona Metropolitana de Guadalajara.

Tabla 46
Lugar de referencia por agenda científico-tecnológica

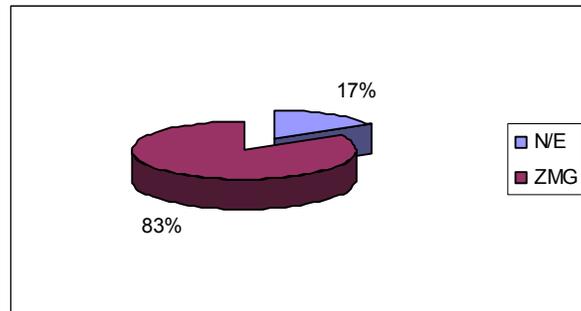
Lugar de referencia	Número de notas
N/E	1
Zona Metropolitana de Guadalajara	5
Total	6

La Agenda científico-tecnológica refiere a la Zona Metropolitana de Guadalajara como lugar único de noticias. Difundir agendas científico-tecnológicas de otras latitudes fuera de Guadalajara parece no ser interesante tanto

periodística como mercadológicamente en la zona metropolitana. La intención de las agendas principalmente es promover entre los lectores los distintos espectáculos y conferencias que se organizan en la localidad.

Gráfica 48

Lugar de referencia por agenda científico-tecnológica



4.6.2.2 Lugar de referencia por agenda cultural

La Agenda cultural sumó, durante el mes de estudio, doscientos treinta y tres unidades informativas. De estas, doscientas, es decir el ochenta y nueve por ciento se refieren a la Zona Metropolitana de Guadalajara.

Tabla 47

Lugar de referencia por agenda cultural

Lugar de referencia agenda cultural	Número de notas
Zona Metropolitana de Guadalajara	206
N/E	15
Europa	4
Otros Estados	4
Ciudad de México	2
América Latina	1
Norteamérica	1
Total	233

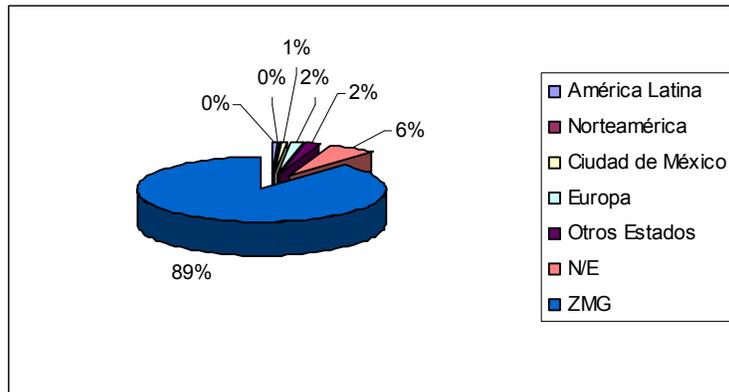
Uno de los criterios para que un acontecer público pueda considerarse *noticiable*, es precisamente la geografía de la noticia; la cercanía o proximidad del acontecimiento a la audiencia potencial; la accesibilidad para obtener información así como el interés de la mayoría por enterarse de tal acontecimiento.

La tarea de los diarios por concentrar su interés al difundir acontecimientos y eventos que suceden en la ciudad confirma dichos criterios.

La categoría N/E (no especificada) aparece en segundo lugar aunque con un número de menciones notoriamente menor a la frecuencia de aparición de la ZMG. Sumó solo quince menciones, las que representan apenas un seis por ciento.

El cinco por ciento restantes, se compone cinco lugares de referencia distintos: Europa y otros Estados (de México) con cuatro menciones cada uno. Ciudad de México aparece dos veces y América Latina y Norteamérica son mencionadas cada una, solamente una vez

Gráfica 49
Lugar de referencia por agenda cultural



4.6.2.3 Lugar de referencia por difusión científico-tecnológica

Las notas sobre difusión científico-tecnológica dan un total de ciento setenta y tres y ubicaron el Lugar de referencia en doce localidades diferentes.

Las referencias más frecuentes en la difusión científico-tecnológica fueron Otros Estados (de México) y Norteamérica con un porcentaje de veinticuatro y veintitrés por ciento, respectivamente. La referencia N/E contó con treinta menciones, que representan el diecisiete por ciento y Europa con veintiuna unidades que suman a su vez, un doce por ciento.

La Zona Metropolitana de Guadalajara significativamente escasa en el periodismo científico, llega apenas al siete por ciento del total de las notas. Por otro lado, el espacio exterior aparece de manera notoria, con siete menciones como lugar de referencia. Dicha presencia periodística se debió a que durante el mes de estudio, diversas notas abordaron avances en investigaciones sobre otros planetas, en particular sobre Marte.

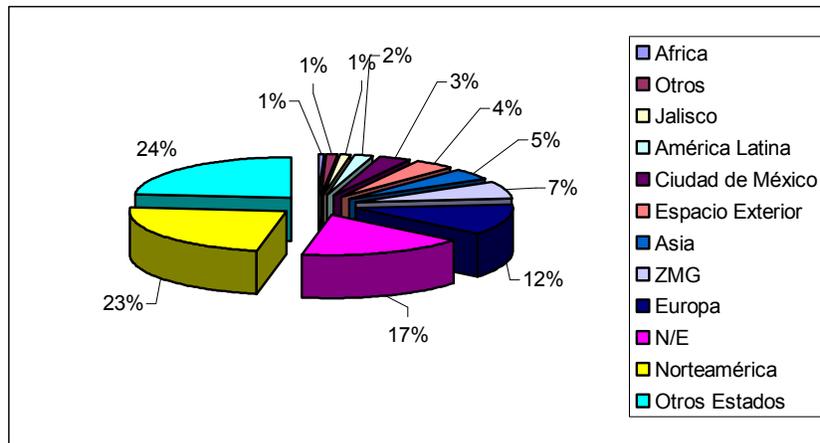
Tabla 48
Lugar de referencia por difusión científico-tecnológica

Lugar de referencia / difusión científico-tecnológica	Número de notas
Otros Estados (México)	41
Norteamérica	40
N/E	30
Europa	21
Zona Metropolitana de Guadalajara	12
Asia	8
Espacio Exterior	7
Ciudad de México	6
América Latina	3
Jalisco	2
Otros	2
África	1
Total	173

La tabla cuarenta y ocho muestra una clara desproporción en la mención de Lugares de referencia. El volumen se concentra en pocas geografías *clave*: N/E, Otros Estados (de México), Norteamérica y Europa. Tales referencias dan cuenta de espacios en donde “suceden” con mayor frecuencia hechos o declaraciones entorno a la ciencia y a la tecnología, o por lo menos lo que ahí sucede parece más interesante para ser difundido que lo acontecido en otras áreas geográficas.

Resalta el contraste entre la mención de estas geografías y la de aquellas menos “atractivas” o poco “productoras” de noticias científico-tecnológicas. América Latina y África e incluso Jalisco aparecen prácticamente ajenas a los intereses económicos y el desarrollo científico-tecnológico.

Gráfica 50
Lugar de referencia por difusión científico-tecnológica



4.6.2.4 Lugar de referencia por difusión cultural

Las unidades informativas que corresponden a la difusión cultural suman novecientos veintinueve notas. De esas, casi el cincuenta por ciento, es decir cuatrocientos cuarenta y dos unidades mencionan a la Zona Metropolitana de Guadalajara como el Lugar de referencia de la información. Europa le sigue en

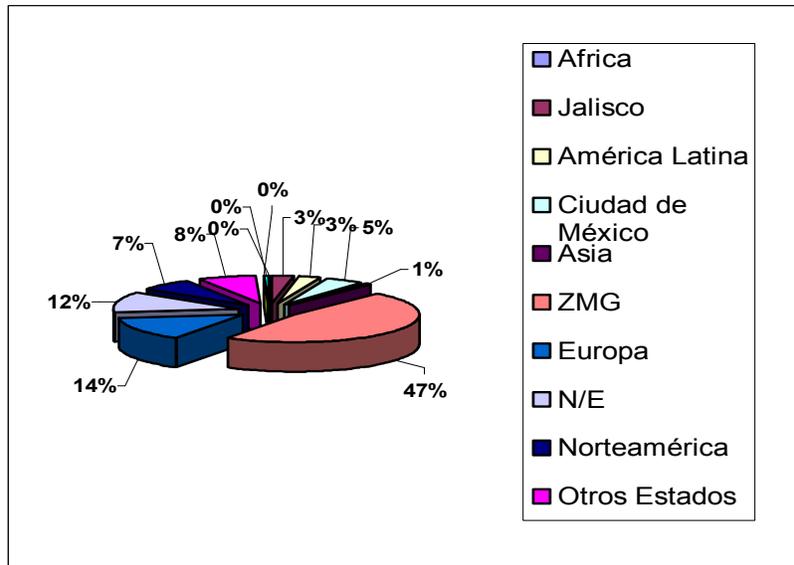
segundo lugar, aunque el porcentaje de frecuencia fue mucho más bajo, apenas ciento veintiocho unidades informativas que representa el catorce por ciento.

Tabla 49
Lugar de referencia por difusión cultural

Lugar de referencia / Difusión cultural	Número de notas
Zona Metropolitana De Guadalajara	442
Europa	128
N/E	113
Otros Estados	70
Norteamérica	64
Ciudad de México	46
América Latina	26
Jalisco	24
Asia	9
Caribe	2
Medio Oriente	4
África	1
Total	929

En torno a Europa y a Norteamérica como polos de desarrollo en general, se han construido imágenes que legitiman a la primera como cuna de la cultura ilustrada y vanguardista en las corrientes culturales y artísticas y a la segunda como centro de desarrollo y progreso tanto económico como científico y tecnológico.

Gráfica 51
Lugar de referencia por difusión cultural



4.6.3 Lugar de referencia, por diario

4.6.3.1 Lugar de referencia en El Informador

El Informador agrupó, de manera individual, únicamente a diez lugares de referencia en sus cuatrocientas noventa notas.

La Zona Metropolitana de Guadalajara, con el cuarenta y cinco por ciento, casi la mitad de las notas registradas, se ubica en el primer puesto como Lugar de referencia.

En segundo lugar aparece Europa que de manera general apenas alcanza el quince por ciento, un poco más de la tercera parte de la primera, con setenta y cinco unidades. Inmediatamente después aparecen las unidades con referencia N/E (no especificada) que en números absolutos apareció sesenta y cuatro veces, lo que significa un trece por ciento del total.

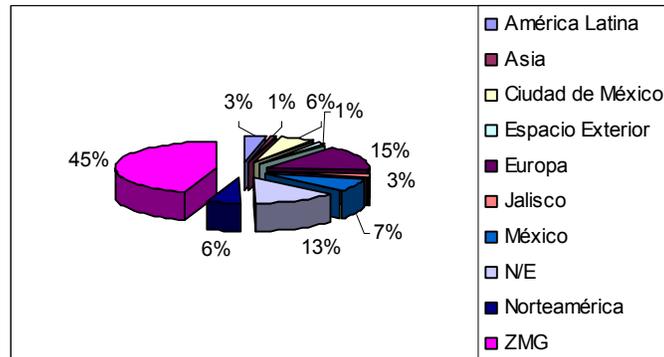
Tabla 50
Lugar de referencia en El Informador

Lugar de referencia El Informador	Número de notas
Zona Metropolitana de Guadalajara	220
Europa	75
N/E	64
Otros Estados (México)	36
Ciudad de México	27
Norteamérica	27
América Latina	16
Jalisco	13
Asia	6
Espacio Exterior	6
Total	490

Un tercer bloque de lugares de referencia está compuesto por Otros Estados (de México) con treinta y seis notas y un siete por ciento y Ciudad de México y Norteamérica que representan seis por ciento respectivamente con veintisiete notas cada una.

Espacio exterior resultó, junto con Asia, con seis menciones cada una, la categoría menos nombrada.

Gráfica 52
Lugar de referencia en El Informador



4.6.3.2 Lugar de referencia en Público

En Público se identificaron trece referencias distintas. De sus cuatrocientos setenta y nueve notas, la Zona Metropolitana de Guadalajara acaparó el cincuenta y seis por ciento.

La categoría de N/E (no especificado) suma apenas el doce por ciento y es la segunda inmediata en cuanto a la frecuencia. Norteamérica con cuarenta y cinco menciones y Europa con treinta y nueve, representan el nueve y ocho por ciento respectivamente.

Otros Estados (de México) cuenta con el siete por ciento, es decir tuvo treinta y tres menciones en las líneas impresas. La ciudad de México es una referencia obligada en el acontecer público registrado por los diarios locales. Por sí sola, Ciudad de México alcanzó diecinueve menciones; es decir un cuatro por ciento, dato es superior al que registra la referencia Jalisco que apenas contó con cinco menciones. Por el simple hecho de ser la capital del país, la ciudad de México alberga a actores públicos con alta capacidad decisoria y protagonismo en los distintos ámbitos de la vida pública mexicana, entre los que se encuentran por supuesto, el sector cultura y el desarrollo de la ciencia y tecnología nacionales.

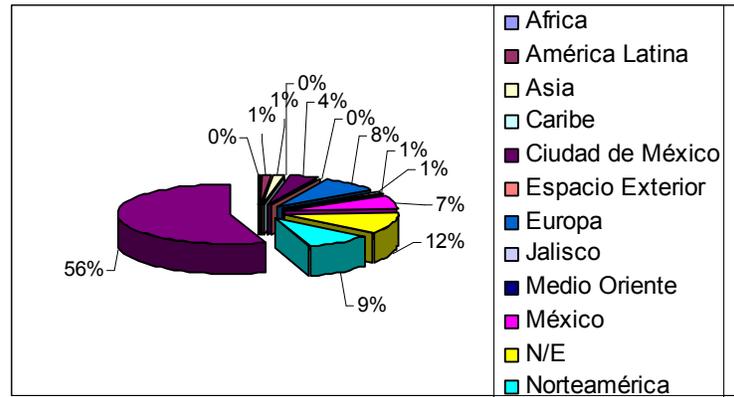
Tabla 51
Lugar de referencia en Público

Lugar de referencia / Público	Número de notas
Zona Metropolitana de Guadalajara	264
N/E	55
Norteamérica	45
Europa	39
Otros Estados	33
Ciudad de México	19
Asia	7
América Latina	6
Jalisco	5
Medio Oriente	3
El Caribe	1
Espacio Exterior	1
África	1
Total	479

En el periódico Público, las referencias África, Espacio exterior y El Caribe, son también las menos mencionadas; aparecen como poco noticiables en los ámbitos cultural y científico de ese diario. Por lo general, dichas geografías son referencia de noticias negativas, insólitas o curiosas como fueron los casos de la nota sobre las muertes de niños africanos por la contaminación del agua y los esfuerzos por organismos de salud europeos por superar esa crisis; o la nota aderezada con adjetivos negativos que aborda la reacción que el gobierno cubano expresó ante la noticia de la muerte de Guillermo Cabrera Infante¹⁴.

¹⁴ En el apartado Temas se desarrolla más a detalle los temas que interesa difundir a cada diario.

Gráfica 53
Lugar de referencia en Público



4.6.3.3 Lugar de referencia en Mural

Mural registró trece geografías de referencia. Al igual que en los otros dos diarios, la Zona Metropolitana se presenta a la cabeza de los lugares de referencia registrados. Aquí, la ZMG suma ciento ochenta y un menciones, de las trescientas setenta y dos que se registraron en ese diario; de manera porcentual, esto significa el cincuenta por ciento.

Mural presta atención en segundo lugar a lo que sucede en Otros Estados (de México). Se mencionó cuarenta y seis ocasiones es decir doce por ciento del total. Al igual que en los otros dos rotativos, el escalón que se percibe entre la ZMG y el Lugar de referencia siguiente es notable.

La categoría N/E (no especificada) con cuarenta apariciones en las páginas de Mural, representó el once por ciento.

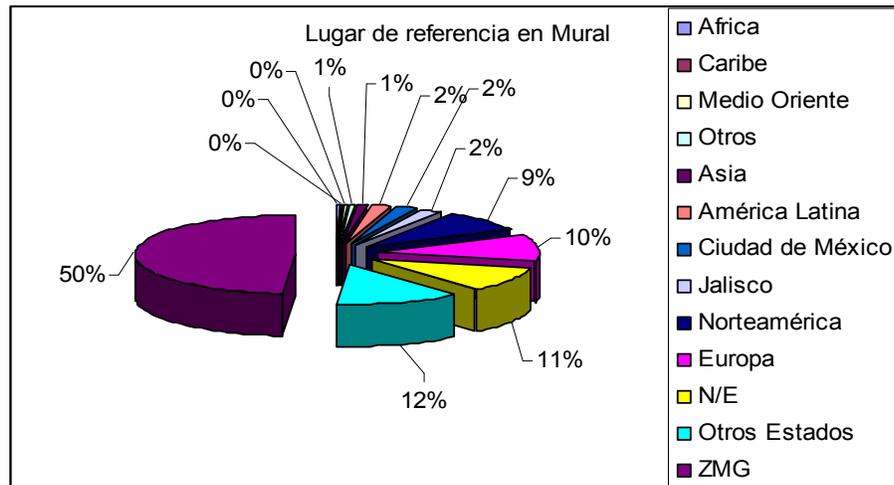
Tabla 52
Lugar de referencia en Mural

Lugar de referencia El Informador	Número de notas
Zona Metropolitana De Guadalajara	181
Otros Estados	46
N/E	40
Europa	39
Norteamérica	33
Jalisco	8
América Latina	8
Ciudad de México	8
Asia	4
Otros	2
África	1
Caribe	1
Medio Oriente	1
Total	372

Europa con treinta y nueve notas y Norteamérica con treinta y tres, representan el diez y nueve por ciento. Por su parte, Jalisco, junto con la Ciudad de México y América Latina representan cada una, el dos por ciento.

Medio Oriente, Caribe y África siguen siendo referencias con poco atractivo noticioso, también en Mural.

Gráfica 54
Lugar de referencia en Mural



4.7 Temas

4.7.1 Temas, en general

En lo que se refiere propiamente a los temas periodísticos más recurrentes en las notas, aparecieron cuarenta y nueve tópicos distintos; van de las Bellas artes a la tecnología de vanguardia, pasando por salud, urbanismo, tradiciones populares, ferias y exposiciones comerciales, arqueología y taxidermia. Sin embargo, la distribución no está equilibrada en lo absoluto. Bellas artes, por ejemplo, cubrió el cuarenta y tres por ciento del total, es decir de las mil trescientas cuarenta y un notas, quinientas setenta y cinco hablan al respecto¹⁵.

Después de Bellas artes, Política cultural fue el tema que tuvo mayor número de menciones. Sin embargo, es interesante observar que la distancia porcentual entre Bellas artes y Política cultural es abismal. Política cultural aparece

¹⁵ El término Bellas artes además de considerar a las notas en torno a las seis bellas artes clásicas: arquitectura, danza, escultura, música, pintura y literata, también se incluyeron las que se refieren a nuevas expresiones artísticas como son la fotografía, la cinematografía y la historieta.

casi seis veces menos que Bellas artes, un siete punto ocho por ciento, con apenas noventa y ocho menciones.¹⁶

Tabla 53
Temas, en general

Temas	Número de notas	%
Bellas Artes	575	43 %
Política Cultural	98	7.8 %
Nuevas tecnologías de la comunicación	58	4.8 %
Festival Tapatío del Centro Histórico Guadalajara 2005	49	3.6 %
Arte popular	36	3 %
Música contemporánea	35	3 %
Medios de Comunicación	28	2.5 %
Arqueología	27	2.5 %
Salud	24	1.7 %
Feria Internacional de Arte Contemporáneo ARCO 2005	23	1.7 %
Psicología	23	1.7 %
Ocio y Tiempo Libre	22	1.6 %
Instituciones de Difusión cultural -Directorio	22	1.6 %
Informática	21	1.5 %
Urbanismo	21	1.5 %
Industria cultural	20	1.4 %
Creación	20	1.4 %
Astronomía	19	1.4 %
Humor	17	1.2 %
Desarrollo tecnológico	16	1.1 %
Cartelera	16	1.1 %
Tradiciones Populares	14	1 %
Historia	14	1 %
Prácticas culturales	13	1 %
Vida pública	10	.7 %
Patrimonio Cultural	10	.7 %
Ferias del Libro	9	.6 %
Ecología	9	.6 %
Diversidad Cultural	8	.6 %

¹⁶ La categoría Política cultural que se refiere a aquellas actividades, declaraciones y ceremonias en torno a la promoción de la cultura local emitidas y promovidas por las autoridades publicas competentes.

Zoología	8	.6 %
Tecnología y Sociedad	8	.6 %
Ferías y exposiciones	7	.5 %
Física	6	.4 %
Vida cotidiana	6	.4 %
Biología	6	.4 %
Robótica	6	.4 %
Ética	5	.3 %
Negocios por Internet	5	.3 %
Genética	4	.3 %
Política científica y tecnológica	3	.2 %
Ciencia	3	.2 %
Desarrollo profesional	3	.2 %
Pacifismo	3	.2 %
Paleontología	2	.14 %
Turismo	2	.14 %
Ingeniería sanitaria	2	.14 %
Industria agropecuaria	1	.08 %
Oceanografía	1	.08 %
Taxidermia	1	.08 %
Total general	1341	100 %

Las nuevas tecnologías de la comunicación es un tema ubicado en ciencia y tecnología, aunque en ocasiones debido al tipo de tratamiento de la información podría pertenecer a la sección cultural, pues se aborda el impacto y uso social de dicha tecnología tanto para esparcimiento y relaciones humanas, como para el área profesional y educación.

En los tres diarios se editan secciones especializadas en tecnología y electrónica, dónde se exponen, describen y promueven diversos accesorios, nuevos software y PCs de uso tanto doméstico como empresarial, y se ofrecen consejos para el buen manejo de diversos aparatos y programas. Hay que reconocer que la tecnología de la comunicación forma ya parte de la infraestructura urbana con la que cotidianamente la población de la ciudad, se relaciona. Así y a pesar de que éste parece ser un tema popular por su utilidad entre los lectores, apenas llega a 58 notas en el elenco general, lo que significa un cuatro punto ocho por ciento del total de las notas.

Festival Tapatío del Centro Histórico Guadalajara 2005 se refiere a una serie de eventos culturales y de esparcimiento públicos promovidos anualmente por el ayuntamiento de Guadalajara durante el mes de febrero¹⁷. Este tema arrojó cincuenta y ocho notas que representan apenas un cuatro punto ocho por ciento. Es importante advertir que en esta categoría, por la importancia que se le otorga a la identidad del Festival, se incluyeron los eventos promovidos y presentados bajo el auspicio del Festival, sin importar el tipo de espectáculo. Tanto las verbenas populares, como los eventos catalogados como bellas artes fueron ubicados ahí.

Arte popular habla de conciertos de música popular, presentaciones de danza folclórica y exposiciones de artesanías. En particular el baile folclórico es muy promovido en la ciudad pues existe un grupo que pertenece al ayuntamiento de Guadalajara y otro a la Universidad de Guadalajara. Este último con prestigio internacional. Coincidió que durante la cobertura, el grupo de la U de G pugnaba por regresar sus presentaciones al Teatro Degollado, luego que en éste se hubo concluido el trabajo de restauración.

Los conciertos de música contemporánea fue otro de los temas que sobresalieran por su frecuencia. Este tipo de eventos fácilmente pueden aparecer tanto en las secciones de cultura como en la sección de espectáculos, depende de la editorialización que se le de.

4.7.2 Temas por tipo de información

4.7.2.1 Temas por agenda científico-tecnológica

Dentro de esta clasificación se identificaron únicamente seis notas, las que se refieren en un 100% a promoción de eventos como exposiciones comerciales locales en torno a la tecnología de la comunicación, conferencias sobre astronomía y exposiciones escolares cuyo tema giró en torno de la didáctica de la ciencia.

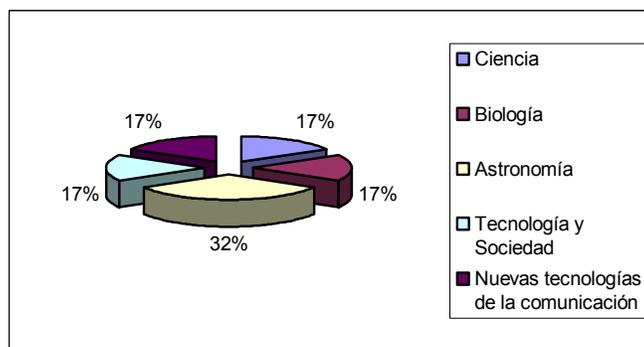
¹⁷ Este evento cultural importante para la ciudad y el ayuntamiento de Guadalajara fue cubierto ampliamente por los medios y de alguna manera influyó en la cobertura cultural muestra.

Tabla 54
Temas por agenda científico-tecnológica

Temas	Número de notas	%
Nuevas tecnologías de la comunicación	1	16.6 %
Tecnología y Sociedad	1	16.6 %
Astronomía	2	33.3 %
Biología	1	16.6 %
Ciencia	1	16.6 %
Total	6	99.7 %

Así, los temas que se identificaron son: Nuevas tecnologías de la comunicación, tecnología y sociedad, astronomía, biología y ciencia. El tema que tuvo dos menciones fue astronomía pues la misma conferencia se publicó en dos diarios diferentes.

Gráfica 55
Temas por agenda científico-tecnológica



4.7.2.2 Temas por agenda cultural

Las notas clasificadas dentro de la categoría de Agenda cultural sumaron doscientas treinta y tres; de las cuales la mayoría promovieron eventos y programas de actividades culturales en la Zona Metropolitana de Guadalajara.

Ahora bien, del total de las notas, el cuarenta y siete por ciento, es decir ciento nueve unidades informativas se refirieron a las *Bellas artes*.

Tabla 55
Temas de agenda cultural

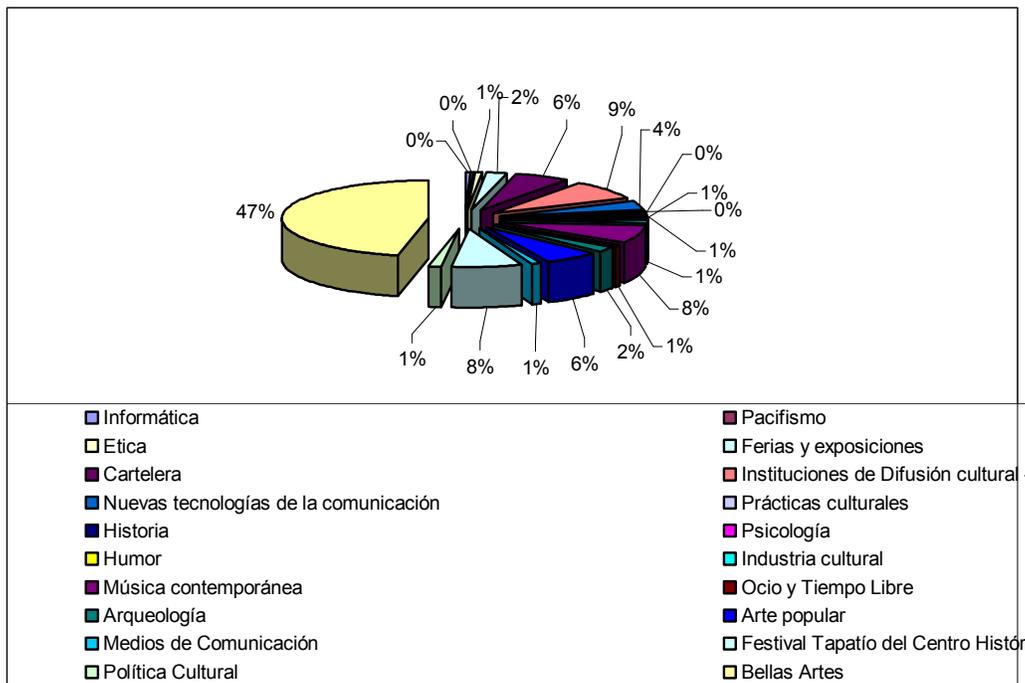
Temas	Número de notas	%
Bellas Artes	109	46.7 %
Instituciones de Difusión cultural -Directorio	20	8.6 %
Festival Tapatío del Centro Histórico Guadalajara 2005	18	7.7 %
Música contemporánea	18	7.7 %
Arte popular	14	6 %
Cartelera	14	6 %
Nuevas tecnologías de la comunicación	9	3.8 %
Arqueología	5	2.14 %
Ferias y exposiciones	5	2.14 %
Política Cultural	3	1.2 %
Medios de Comunicación	3	1.2 %
Industria cultural	3	1.2 %
Ocio y Tiempo Libre	2	.8 %
Humor	2	.8 %
Psicología	2	.8 %
Ética	2	.8 %
Historia	1	.42 %
Prácticas culturales	1	.42 %
Informática	1	.42 %
Pacifismo	1	.42 %
Total	233	98.06 %

La mitad de notas restantes se conformó por notas con 19 temas diferentes que se mencionan con escasa frecuencia.

Los temas que sobresalen en esta segunda mitad son: Directorio de las instituciones de difusión cultural de la ciudad con veinte menciones, que representa el nueve por ciento; el programa del Festival Tapatío del Centro Histórico

Guadalajara dos mil cinco, así como Música contemporánea con diez y ocho menciones respectivamente, es decir representan cada uno un ocho por ciento del total. También se distinguen los temas Arte popular y Cartelera (de las actividades culturales locales) que respectivamente ofrecen un seis por ciento al total de notas en la agenda cultural.

Gráfica 56
Temas por agenda cultural, en general



4.7.2.3 Temas por difusión científico-tecnológica

La categoría de difusión científico-tecnológica se conformó por ciento setenta y tres notas y veintisiete temas diversos. El veintitrés por ciento perteneció a Nuevas tecnologías de la comunicación con cuarenta menciones. Salud representa un once por ciento; Informática tuvo diez y ocho menciones que suma un diez por ciento; Astronomía junto con Desarrollo tecnológico tienen un nueve por ciento cada una.

Tabla 56
Temas en difusión científico-tecnológica

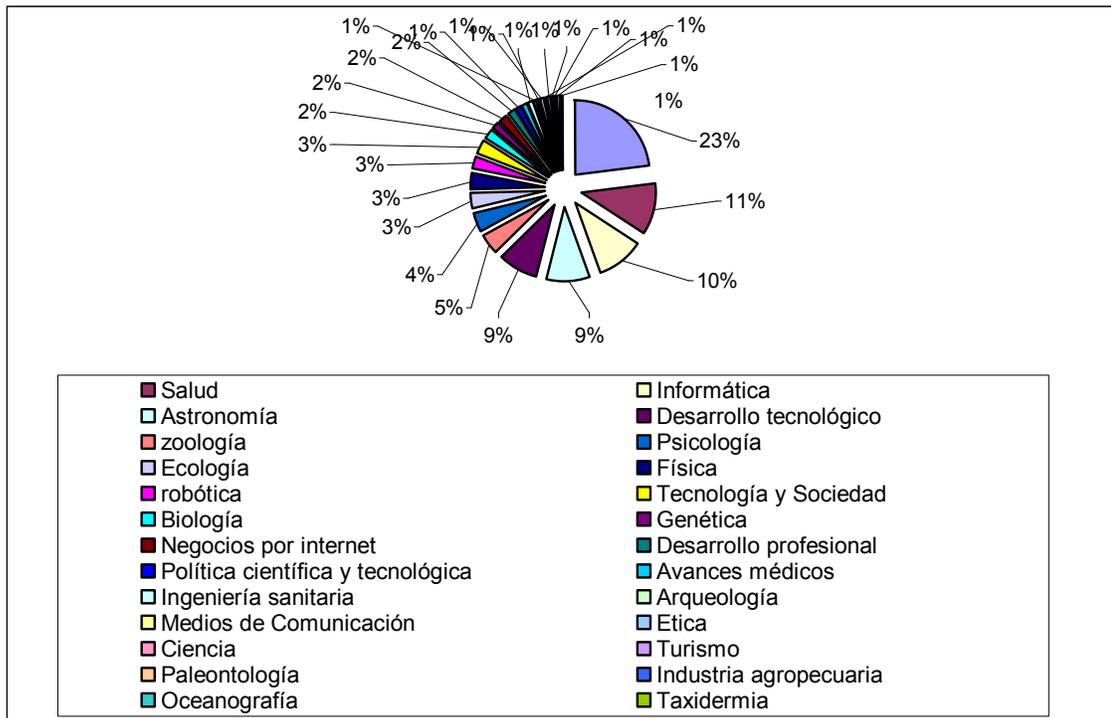
Temas	Número de notas	%
Nuevas tecnologías de la comunicación	40	23 %
Salud	19	11 %
Informática	18	10.5%
Astronomía	16	9 %
Desarrollo tecnológico	15	8.6 %
Zoología	8	4.6%
Psicología	7	4 %
Ecología	6	3.4 %
Física	6	3.4 %
Tecnología y Sociedad	5	2.8 %
Robótica	5	2.8 %
Biología	4	2.3 %
Negocios por Internet	3	1.7 %
Genética	3	1.7 %
Desarrollo profesional	3	1.7 %
Política científica y tecnológica	2	1.1 %
Avances médicos	2	1.1 %
Ingeniería sanitaria	2	1.1 %
Arqueología	1	.6 %
Medios de Comunicación	1	.6 %
Ética	1	.6 %
Ciencia	1	.6 %
Turismo	1	.6 %
Paleontología	1	.6 %
Industria agropecuaria	1	.6 %
Oceanografía	1	.6 %
Taxidermia	1	.6 %
Total	173	99.2 %

Temas tan diversos como Zoología, Psicología, Ecología, física, Biología, Genética, Desarrollo profesional, Política científica y tecnológica, Avances médicos, Ingeniería sanitaria, Arqueología, Medios de comunicación, Ética, Ciencia, Turismo espacial, Tecnología y sociedad, Robótica, Negocios por Internet, Paleontología, Industria agropecuaria, Oceanografía y taxidermia fueron los que de una u otra manera atrajeron la atención periodística de los diarios locales.

Hay que resaltar que si consideramos los temas como son la Informática (18), Nuevas tecnologías de la comunicación (40), Desarrollo tecnológico (15), Tecnología y sociedad (5), Robótica (5) y Negocios por Internet (3) que de una u otra manera se relacionan entre sí, en conjunto sumarían un cuarenta y nueve punto siete por ciento, lo que significa prácticamente la mitad de las notas de difusión científico-tecnológica.

Es importante mencionar que los temas científicos aquí citados son abordados comunmente desde la perspectiva social, cultural e incluso comercial. Así en las notas sobre nuevas tecnologías de la comunicación parece que el objetivo principal fuera la promoción comercial del producto en cuestión, más que la información científico-tecnológica del mismo.

Gráfica 57
Temas por difusión científico-tecnológica, en general



4.7.2.4 Temas por difusión cultural

Como ya se ha mencionado más arriba, las notas ubicadas en difusión cultural conforman el casi setenta por ciento del total de las notas registradas. Estas suman novecientos veintinueve. El tema Bellas artes representa prácticamente el cincuenta por ciento de todas las notas de difusión cultural. Del restante cuarenta y nueve punto ocho por ciento, es decir cuatrocientos sesenta y tres notas, son cuarenta y un temas diferentes los que ahí aparecen. (Ver tabla no. 54).

Es importante resaltar que existe el rubro de Festival Tapatío del Centro Histórico de Guadalajara dos mil cinco donde se ubican notas sobre eventos, conferencias, conferencias que bien podrían ser en torno a las Bellas artes, sin embargo se optó por ubicarlas en la categoría distinta de Festival Tapatío del Centro Histórico dos mil cinco, precisamente por tratarse de la promoción de un espacio de promoción cultural específico organizado por el Ayuntamiento de

Guadalajara. Actos relativos a las bellas artes se realizaron a la par que eventos de cultura popular que bien podrían ubicarse dentro de las secciones de Espectáculos.¹⁸

Sucede algo similar con el acto denominado Feria Internacional de Arte Contemporáneo ARCO 2005 que se cubrió en mayor o menor medida por los tres diarios. Este acontecimiento anual que se desarrolla en Madrid, España tiene como objetivo el promover comercialmente el arte gráfico, principalmente pintura, escultura y arte objeto. En el 2005, el país invitado fue México por lo que se cubrió de manera pormenorizada, la inauguración, opiniones encontradas de diversos artistas mexicanos en pro y en contra, y los resultados comerciales. Podría haberse incluido en el rubro de Ferias y exposiciones o bien en el de Bellas artes, según hubiera sido el tratamiento, pero por la importancia y cobertura que le dieron los propios diarios seleccionados, se consideró prudente abrir una categoría particular para las notas referentes a ese acontecimiento sin distinguirlas por su tratamiento. Esto último se verá más adelante.

En difusión cultural también se encuentran notas sobre negocios por Internet. Sin embargo se clasificaron acá por que los temas en torno fueron el uso de ese instrumento para localizar negocios de antigüedades o compra de libros. Además estas notas fueron ubicadas particularmente en las secciones de Gente (Mural) y de Artes (El Informador). Lo mismo sucede con Informática, las notas en torno a la Informática se refieren al uso social de la Informática, es decir la utilidad de ciertos programas administrativos, o sugerencias de uso de ciertos aditamentos electrónicos.

¹⁸ Este aspecto se desarrolla más adelante en el apartado de editorialización.

Tabla 57
Temas por difusión cultural, en general

Temas	Número de notas	%
Bellas Artes	466	50 %
Política Cultural	95	10.2 %
Festival Tapatío del Centro Histórico Guadalajara 2005	31	3.3 %
Medios de Comunicación	24	2.5 %
Feria Internacional de Arte Contemporáneo ARCO 2005	23	2.4 %
Arte popular	22	2.3 %
Arqueología	21	2.2 %
Urbanismo	21	2.2 %
Ocio y Tiempo Libre	20	2.1 %
Creación	20	2.1 %
Música contemporánea	17	1.8 %
Industria cultural	17	1.8 %
Humor	15	1.6 %
Psicología	14	1.5 %
Tradiciones Populares	14	1.5 %
Historia	13	1.3 %
Prácticas culturales	12	1.2 %
Vida pública	10	1 %
Patrimonio Cultural	10	1 %
Ferias del Libro	9	.9 %
Nuevas tecnologías de la comunicación	8	.8 %
Diversidad Cultural	8	.8 %
Vida cotidiana	6	.6 %
Salud	5	.5 %
Ecología	3	.3 %
Informática	2	.2 %
Tecnología y Sociedad	2	.2 %
Negocios por Internet	2	.2 %
Cartelera	2	.2 %
Ferias y exposiciones	2	.2 %
Pacifismo	2	.2 %
Instituciones de Difusión cultural -Directorio	2	.2 %
Ética	2	.2 %
Desarrollo tecnológico	1	.1 %
Astronomía	1	.1 %
robótica	1	.1 %
Genética	1	.1 %
Ciencia	1	.1 %
Política científica y tecnológica	1	.1 %
Biología	1	.1 %
Turismo	1	.1 %
Paleontología	1	.1 %
Total	929	98.4%

4.7.2 Temas por diario

4.7.2.1 Temas en El Informador

El Informador se interesó por difundir cuarenta y cuatro temas diferentes.

Entre ellos el tema más frecuente resultó ser *Bellas artes* con un cuarenta y ocho por ciento, casi la mitad de las notas; seguido por *Política cultural* con tan solo siete por ciento.

Notas sobre *medios de comunicación* y su impacto en la sociedad suman diez y ocho y representan el tres punto seis por ciento y los textos de creación son diez y seis que en porcentaje da un tres punto dos por ciento. Los artículos de creación se compilan en el suplemento cultural Tapatío cultural.

Las *nuevas tecnologías* de la comunicación fue el quinto tema en cuanto a frecuencia publicado en El Informador. Tuvo quince menciones, lo que representa un tres por ciento de las cuatrocientos noventa notas.

Tabla 58
Temas en el Informador

Temas	Número de notas	%
Bellas Artes	236	48 %
Política Cultural	34	7 %
Medios de Comunicación	18	3.6 %
Creación	16	3.2 %
Nuevas tecnologías de la comunicación	15	3 %
Festival Tapatío del Centro Histórico Guadalajara 2005	15	3 %
Arqueología	13	2.6 %
Astronomía	12	2.4 %
Arte popular	11	2.2 %
Historia	11	2.2 %
Feria Internacional de Arte Contemporáneo ARCO 2005	10	2 %
Urbanismo	9	1.8 %
Industria cultural	9	1.8 %
Ocio y Tiempo Libre	7	1.4 %
Psicología	7	1.4 %
Tradiciones Populares	6	1.2 %
Patrimonio Cultural	6	1.2 %
Ferias del Libro	6	1.2 %
Salud	4	.8 %
Vida cotidiana	4	.8 %
Biología	4	.8 %
Vida pública	3	.6 %
Física	3	.6 %
Informática	2	.4 %
Tecnología y Sociedad	2	.4 %
Diversidad Cultural	2	.4 %
Ecología	2	.4 %
Ferias y exposiciones	2	.4 %
Genética	2	.4 %
Pacifismo	2	.4 %
Política científica y tecnológica	2	.4 %
Ingeniería sanitaria	2	.4 %
Paleontología	2	.4 %
Prácticas culturales	1	.2 %
Música contemporánea	1	.2 %
Negocios por Internet	1	.2 %
zoología	1	.2 %
Cartelera	1	.2 %
Ciencia	1	.2 %
Humor	1	.2 %
robótica	1	.2 %
Industria agropecuaria	1	.2 %
Oceanografía	1	.2 %
Turismo	1	.2 %
Total	490	99 %

Por otra parte, los temas de ciencia y tecnología de acuerdo a la tabla cincuenta y cinco son los últimos en la lista con tan solo una o dos menciones como sucedió con zoología, robótica, oceanografía, industria agropecuaria, genética y paleontología.

4.7.3.2 Temas en Público

Fueron cuarenta temas los que Público editó durante el mes de febrero del 2005.

Bellas artes con ciento setenta y siete notas de cuatrocientos setenta y nueve suma un treinta y siete por ciento. En segundo lugar, la política cultural tuvo treinta y tres menciones, es decir un siete por ciento y la música contemporánea, en tercer sitio sumó veintinueve notas, un seis por ciento.

El directorio que prácticamente todos los días aparece en las páginas de Público resultó el cuarto tema más importante y alcanzó un cuatro punto cinco por ciento, superior al Festival Tapatío del Centro Histórico Guadalajara 2005 que reunió diez y nueve mentones que en porcentaje da un cuatro por ciento.

Los temas menos mencionados en Público resultaron ser sobre ciencia y tecnología: física, genética y ciencia, junto con Historia y turismo, temas ubicados en la categoría de cultura.

Tabla 59
Temas en Público

Temas	Número de notas	%
Bellas Artes	177	37
Política Cultural	33	7
Música contemporánea	29	6
Instituciones de Difusión cultural -Directorio	22	4.5
Festival Tapatío del Centro Histórico Guadalajara 2005	19	4
Arte popular	18	3.7
Nuevas tecnologías de la comunicación	16	3.3
Humor	15	3
Salud	14	2.9
Cartelera	14	2.9
Psicología	11	2.2
Medios de Comunicación	10	2
Ocio y Tiempo Libre	10	2
Industria cultural	9	1.9
Urbanismo	7	1.4
Informática	6	1.2
Desarrollo tecnológico	6	1.2
Ecología	5	1
Ética	5	1
Arqueología	4	.8
Astronomía	4	.8
Ferias y exposiciones	4	.8
Prácticas culturales	4	.8
robótica	4	.8
zoología	4	.8
Creación	3	.6
Tradiciones Populares	3	.6
Ferias del Libro	3	.6
Diversidad Cultural	3	.6
Feria Internacional de Arte Contemporáneo ARCO 2005	2	.4
Patrimonio Cultural	2	.4
Biología	2	.4
Vida pública	2	.4
Tecnología y Sociedad	2	.4
Avances médicos	2	.4
Historia	1	.2
Física	1	.2
Genética	1	.2
Ciencia	1	.2
Turismo	1	.2
Total	479	98.8

4.7.3.3 Temas en Mural

Las Bellas artes conforman la cantidad de ciento sesenta y dos notas, casi la mitad de las notas totales en este diario. Le sigue el tema de la política cultural, sin embargo apenas llega a un ocho punto tres por ciento, lo que representa apenas treinta y tres notas.

Las nuevas tecnologías de la comunicación sumaron veintisiete notas, es decir el siete punto dos por ciento. El Festival Tapatío del Centro Histórico de Guadalajara 2005 solamente tuvo quince menciones en este diario, es decir, un cuatro por ciento pero está ubicado en el cuarto puesto en mención temático. El resto de los treinta y cinco temas diversos, de manera individual no alcanzan más del tres y medio por ciento, por lo que se diluye el treinta y siete por ciento restante en prácticamente un por ciento en cada uno de los temas.

Tabla 6o
Temas en Mural

Temas	Número de notas	%
Bellas Artes	162	43.5 %
Política Cultural	31	8.3 %
Nuevas tecnologías de la comunicación	27	7.2 %
Festival Tapatío del Centro Histórico Guadalajara 2005	15	4 %
Informática	13	3.5 %
Feria Internacional de Arte Contemporáneo ARCO 2005	11	3 %
Desarrollo tecnológico	10	2.6 %
Arqueología	10	2.6 %
Prácticas culturales	8	2 %
Arte popular	7	1.8 %
Salud	6	1.6 %
Música contemporánea	5	1.3 %
Psicología	5	1.3 %
Ocio y Tiempo Libre	5	1.3 %
Urbanismo	5	1.3 %
Tradiciones Populares	5	1.3 %
Vida pública	5	1.3 %
Tecnología y Sociedad	4	1 %
Negocios por Internet	4	1 %
Astronomía	3	.8 %
zoología	3	.8%
Diversidad Cultural	3	.8 %
Desarrollo profesional	3	.8 %
Industria cultural	2	.5 %
Ecología	2	.5 %
Patrimonio Cultural	2	.5 %
Historia	2	.5 %
Física	2	.5 %
Vida cotidiana	2	.5 %
Humor	1	.3 %
Cartelera	1	.3 %
Ferias y exposiciones	1	.3 %
robótica	1	.3 %
Creación	1	.3 %
Genética	1	.3 %
Ciencia	1	.3 %
Pacifismo	1	.3 %
Política científica y tecnológica	1	.3 %
Taxidermia	1	.3 %
Total	372	99.1 %

Curiosamente la genética, la ciencia, así como la política científica y tecnológica como la taxidermia fueron los temas con sólo una mención en todo el mes cuyo porcentaje es el punto tres por ciento.

4.8 Autoría o fuentes informativas

4.8.1 Autoría o fuentes informativas, en general

La fuente informativa remite a quien se adjudica la responsabilidad o autoría de la nota en cada uno de los diarios.

De manera general, de las mil trescientas cuarenta y una notas, el cincuenta y seis por ciento, es decir setecientos cuarenta y cinco notas están firmadas por algún periodista, bien sea local o extranjero. En el cuarenta y un por ciento no se especifica la fuente ni autoría. Ya se había mencionado que no se percibe en las páginas de los diarios seleccionados una política explícita sobre la firma de las notas. En particular, en El Informador es un diario que por lo general, en las notas locales los reporteros o autores de la nota no las firman. Estas se presentan “anónimas”. En cambio, en Público y en Mural sucede lo contrario, las notas locales son las que tienen nombre y apellido. Los reporteros que cubren la sección de cultura o ciencia en la ciudad en esos diarios de alguna manera se van especializando en temáticas o asuntos públicos de interés social.

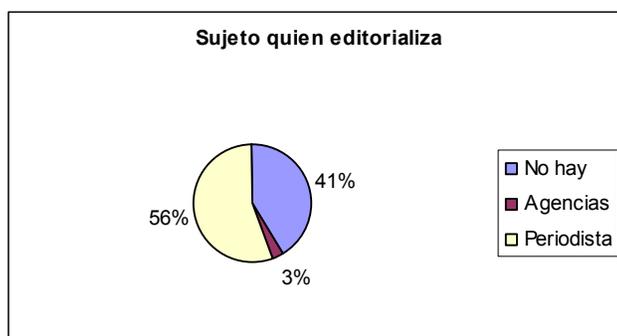
Tabla 61
*Autoría o fuentes informativas,
en general*

Fuentes informativas	Número de notas
Periodista	745
No especificado	552
Agencias	44
Total	1341

Las agencias internacionales de noticia también son aunque sea en un tres por ciento, autores de la nota. Esta afirmación podría ser un poco engañosa en el

sentido que el análisis sincrónico entre los tres diarios arrojó que una misma nota, inclusive con la misma redacción, en un diario está firmada por una agencia de noticias, y en otro diario esa misma nota aparece con autor no especificado.

Gráfica 58
Autoría o fuentes informativas, en general



4.8.2 Autoría o fuentes informativas por diario

4.8.2 .1 Autoría o fuentes informativas en El Informador

El Informador es el diario que parece que continúa con el esquema del periodismo clásico de informar. Evita dar nombre y apellido a la nota que construyen sus periodistas y que se difunden en sus páginas.

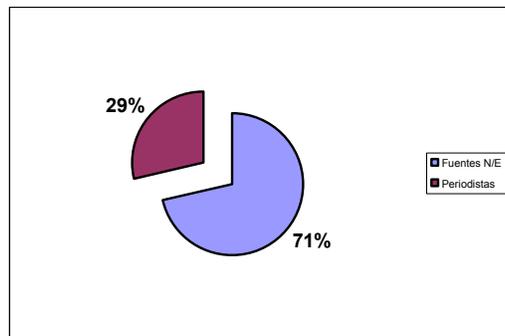
Tabla 62
Autoría o fuentes informativas en El Informador

Fuentes informativas	Número de notas
Fuente no especificada	350
Periodistas	140
Agencias	0
Total	490

Apenas el veinte nueve por ciento de las notas están firmadas. Por lo general son o por colaboradores externos quienes cuentan con una columna de opinión

semanal. Prácticamente cero por ciento se le da voz a las agencias de noticias internacionales o nacionales, a pesar de que por el análisis sincrónico en cuestión se detectó que notas publicadas en este diario, tal cual como alguna agencia la emitió no recibe el reconocimiento a su autoría.¹⁹ Así, las notas con fuente no especificada son las que abundan en este diario. Suman un setenta y un por ciento.

Gráfica 59
Autoría o fuentes informativas, en El Informador



4.8.2.2 Autoría o fuentes informativas en Público

Sucede algo diferente en Público en cuanto a la mención de la fuente informativa. De las cuatrocientos setenta y nueve notas identificadas en Público, trecientas catorce notas, es decir el sesenta y seis por ciento, más de la mitad pertenecen al rubro de periodistas. En este diario se puede identificar fácilmente por la publicación de nombres al inicio de la nota, un cuerpo de periodistas que regularmente cubren la sección cultura, lo mismo que la sección de ciencia y tecnología.

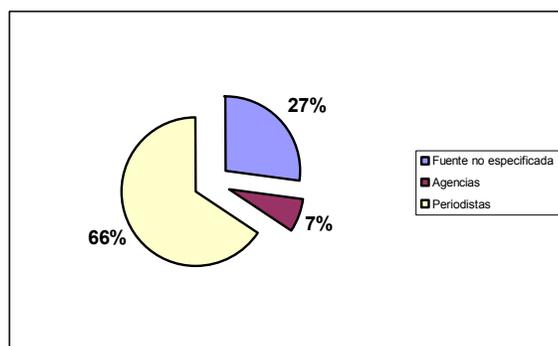
¹⁹ Existe el caso de una nota sobre el reconocimiento histórico de Hamlet por parte de autoridades irlandesas, se publica con texto idéntico, en Mural firmada por la agencia APE y en El Informador de manera “anónima”.

Tabla 63
Autoría o fuentes informativas en Público

Fuentes informativas	Número de notas
Fuente no especificada	130
Agencias	35
Periodistas	314
Total	479

Hay que recordar que Siglo 21, el antecedente directo de Público fue pionero en reconocer públicamente el trabajo periodístico de su personal de planta.

Gráfica 60
Autoría o fuentes informativas en Público



4.8.2.3 Autoría o fuentes informativas en Mural

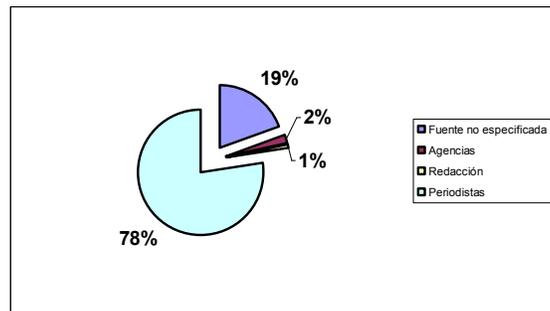
El setenta y ocho por ciento de las notas identificadas en Mural presentan la autoría de algún periodista o colaborador permanente del periódico; mientras que las notas con fuente no especificada apenas sumaron setenta y dos, es decir el diez y nueve por ciento.

Tabla 64
Autoría o fuentes informativas en Mural

Fuentes informativas	Número de notas
Fuente no especificada	72
Agencias	9
Redacción	3
Periodistas	288
Total	372

En este diario se identificaron, además de las agencias internacionales de noticia con apenas nueve menciones, es decir el dos por ciento del total denotas, algunas notas que la propia *redacción* del diario realizó y firmó. Es el único diario en el que se da reconocimiento a la redacción.

Gráfica 61
Autoría o fuentes informativas en Mural



4.9 Tratamiento de la información

Para analizar el tratamiento de la información en los tres periódicos, elegí dos acontecimientos culturales que tuvieron un impacto significativo en las páginas de los diarios estudiados y otro que se pudiera considerar como periodismo científico local.

El primero fue la controversia suscitada en torno a los recitales que ofrecerían en la Zona Metropolitana de Guadalajara, los cantantes italianos, Luciano Pavarotti y Andrea Bocelli, ambos conocidos internacionalmente.

El segundo fue la cobertura de la Muestra Internacional de Arte Contemporáneo en Madrid, ARCO 2005, cuyo país invitado ese año fue México.

El tercero se conoce como el caso del Chupacabras o periodismo científico.

Para el análisis comparativo del tratamiento de la información se hará referencia tanto a los centímetros cuadrados dedicados a cubrir tales acontecimientos, como también a la descripción comparativa de la editorialización que cada uno de los diarios realiza en su trabajo noticioso.

4.9.1 Caso: Pavarotti-Bocelli

La prensa local cubrió la controversia que se presentó en la Universidad de Guadalajara en torno a los espectáculos musicales que ofrecerían en Guadalajara Pavarotti y Bocelli. El problema surgió aparentemente por la cercanía de fechas de presentación.

Por un lado Luciano Pavarotti es promovido por la Universidad de Guadalajara y cuya recaudación fue anunciada originalmente, se destinaría para la construcción de la biblioteca de dicha institución y por el otro, Andrea Bocelli respaldado por el grupo Omnilife.

La noticia se cubrió ampliamente por los tres diarios los cuales realizaron un seguimiento de los acontecimientos.

4.9.1.1 Superficie de la cobertura, en general

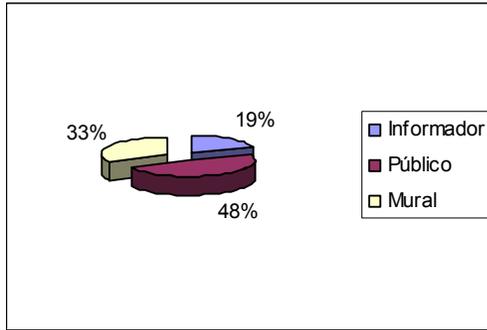
La cobertura general de la noticia durante el mes fue de siete mil cuatrocientos doce punto veinticinco centímetros.

Tabla 65
Superficie de cobertura, por diario

Diarios	Superficie general
Informador	1,439.50
Público	3,546.00
Mural	2,426.75
Total	7,412.25

De los cuales, casi la mitad, la editó Público; una tercera parte Mural y tan solo diez y nueve por ciento la publicó El Informador.

Gráfica 62
Superficie de cobertura, por diario



La superficie general se dividió entre el texto propiamente dicho y los centímetros de imagen.

4.9.1.2. Superficie del texto de la cobertura

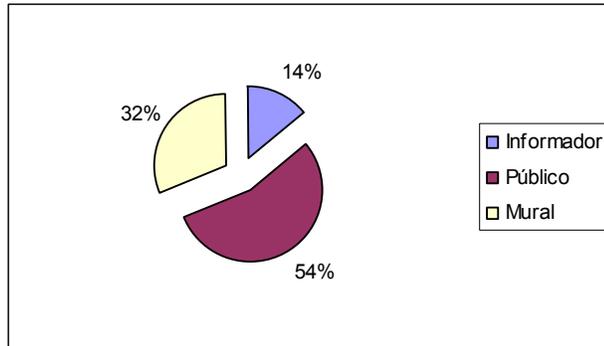
Los centímetros cuadrados del texto de la cobertura de esta noticia durante el mes fueron cuatro mil ochocientos cuarenta punto setenta y cinco en total.

Tabla 66
Superficie de texto de la cobertura, por diario

Diarios	Superficie del texto
Informador	688.50
Público	2,620.75
Mural	1,531.50
Total	4,840.75

El Informador editó tan sólo el catorce por ciento de imagen. Público cubrió un poco más de la mitad, un cincuenta y cuatro por ciento de los centímetros cuadrados y Mural un treinta y dos por ciento.

Gráfica 63
Superficie de texto de la cobertura, por diario



4.9.1.3 Superficie de imagen de la cobertura general

La superficie general dedicada a la imagen suma dos mil quinientos setenta y un punto cinco centímetros cuadrados.

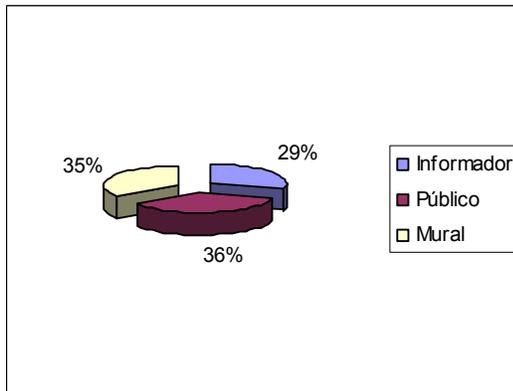
Tabla 67
Superficie de Imagen de la cobertura, por diario

Diarios	Superficie de imagen
Informador	751.00
Público	925.25
Mural	895.25
Total	2,571.5

El Informador aporta al total casi treinta por ciento, Público un treinta y seis por ciento y Mural treinta y cinco por ciento. Así, Público resultó ser el diario que complementa con mayor superficie gráfica sus notas

informativas. El Informador permanece en su posición conservadora al editar sus noticias.

Gráfica 64
Superficie de Imagen de la cobertura, por diario

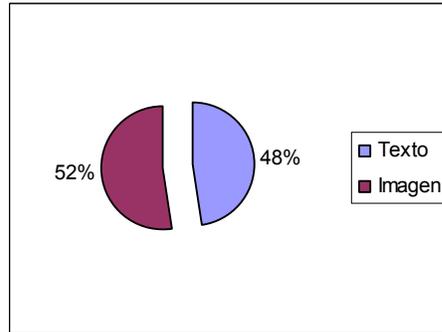


4.9.1.4 Superficie de la cobertura, por diario

4.9.1.4.1 Superficie de la cobertura en El Informador

El Informador publicó seis notas en cinco días diferentes. Dedicó mil cuatrocientos treinta y nueve punto cinco centímetros cuadrados, distribuidos casi al 50% entre el espacio del texto (688.5 cm²) y la imagen (751cm²). Una de las notas fue publicada en la página editorial ya que se trata de un cartón político y hace referencia a al cambio de fecha del concierto de Pavarotti, organizado por la U d G. Otra nota se refiere propiamente al concierto de Bocelli y aparece en primera plana como encabezamiento que luego es remitida a la sección *Espectáculos*. No a *Artes* como sucedió en las demás notas.

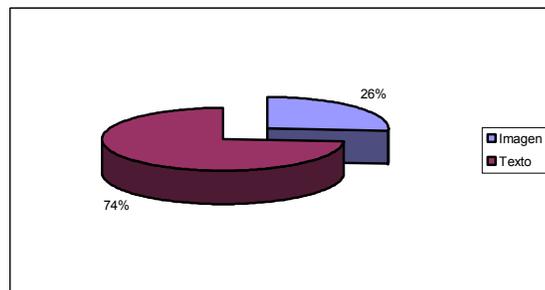
Gráfica 65
Superficie de cobertura en El Informador



4.9.1.4.2 Superficie de la cobertura en Público

Por su parte, Público edita diez notas en siete días del mes de febrero. El espacio de cobertura durante el mes fue de tres mil quinientos cuarenta y seis centímetros cuadrados, cuyo 74 por ciento (2,620.75 cm²) pertenece al texto y el veintiséis por ciento restante lo componen las imágenes complementarias de las notas.

Gráfica 66
Superficie de la cobertura en Público



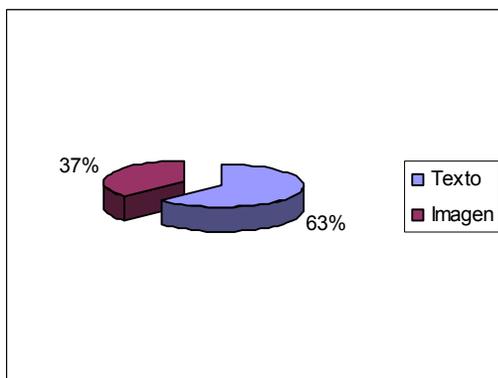
Las últimas cuatro notas fueron publicadas el día 27 de febrero. Estas fueron editadas en una misma página y son notas complementarias al asunto.²⁰

²⁰ En la sección que corresponda se hará referencia a esta cobertura.

4.9.1.4.3 Superficie de la cobertura en Mural

Mural, a su vez ofrece únicamente cuatro notas en cuatro días diferentes que sin embargo, en conjunto suman dos mil cuatrocientos veintiséis punto setenta y cinco centímetros cuadrados; con mil quinientos treinta y uno punto cinco centímetros, es decir el 63 por ciento de texto. Los ochocientos noventa y cinco punto veinticinco centímetros, el treinta y siete por ciento está dedicado a la imagen. Tres notas aparecen en primera plana del diario como encabezamiento. Una de ellas, además cubre toda la primera plana de la sección Gente.

Gráfica 67
Superficie de la cobertura en Mural



4.9.1.5 Editorialización

La primera nota, editada el dos de febrero, respecto a dicho asunto, se publicó simultáneamente en los tres diarios. La última nota publicada al respecto fue del veintisiete de febrero y la editó únicamente Público.²¹

²¹ Ver anexos finales con las notas publicadas.

02/02/2005

El Informador

Hacia el Teatro Diana. Luciano Pavarotti cambia de escenario

- La U d G a través de su departamento de comunicación social dio a conocer el cambio de escenario para el concierto en esta ciudad del tenor italiano Luciano Pavarotti. [...] Cabe señalar que el día de ayer, por la mañana, circuló un boletín emitido por Cultura UdG en el que se anunciaba la cancelación del evento al programarse un concierto de características similares en una fecha inmediata. Se trata de la presentación de Andrea Bocelli para el 4 de marzo en las instalaciones de Educare.
- Desplazado a voceéis, en otras palabras a volar Pavarotti!! (Texto al pie de página de un cartón en la segunda página)

Público

UdG canceló y reprogramó a Pavarotti en menos de 12 horas. El tenor cantará en el teatro Diana el 8 de marzo próximo. Originalmente, el concierto se iba a realizar en el Foro Alterno el 5 de marzo, un día después del concierto de Andrea Bocelli.

- La información sobre el concierto de Pavarotti fluyó ayer de todos lados. Aunque al final de la tarde la U d G planteó su versión en un segundo boletín, fuentes extraoficiales cercanas a los organizadores de los conciertos de Andrea Bocelli y Luciano Pavarotti, indicaron que la cercanía de las fechas fue el verdadero motivo de la cancelación y posterior reprogramación.

Mural

Canta la UdG sus dos versiones

- Con dos argumentos contradictorios, uno que hablaba de la competencia con Andrea Bocelli, y otro que decía que Luciano Pavarotti quería cantar en el DF, la U d G movió la fecha del concierto de éste último al 8 de marzo en el teatro Diana / **primera plana**

Como se aprecia en los tres fragmentos de nota, los actores principales en cuestión son: la Universidad de Guadalajara, y los cantantes Luciano Pavarotti y Andrea Bocelli.

Las tres versiones del caso hacen evidente la problemática (negativo) de la universidad para concretar el recital anunciado con Pavarotti ante la presión de un segundo recital con Andrea Bocelli. El segundo concierto aparece como inamovible y sin problemas (positivo). No se hace mayor comentario de aquel.

El Informador fue el diario que manejó la información de cambio de escenario para el concierto de Pavarotti, además del cambio de la fecha y que se valió de un cartón político para hacer humor respecto a la situación aparentemente embarazosa para la U de G promotora de Luciano Pavarotti.

Público, por su parte, fue el que mencionó que además de la información oficial emitida contaba con información extraoficial respecto a los motivos del movimiento de fechas.

Mural por su parte, fue el que definió desde el inicio la nueva fecha para el recital de Pavarotti.

06/02/2005

El informador

Pavarotti se despide también en Colombia

- Se contempla que el tenor reunirá aproximadamente a 20 mil personas, según organizadores de la presentación [en Colombia]

En este fragmento de nota, El Informador ofrece información positiva sobre Pavarotti. Parece como un intento para reivindicar la imagen del cantante. Hace ver que en otras latitudes (Colombia) el cantante es popular y es capaz de reunir a 20 mil. Entonces qué pasa en Guadalajara?

08/02/2005

Público

Bocelli le hace mosca a Pavarotti

- La presencia de Pavarotti ha sido bastante criticada en varios medios debido a que ya solamente arrastra, lastimosamente, la fama que le dio haber tenido una de las grandes voces operísticas del siglo XX. El concierto que amenazó el éxito de taquilla de Pavarotti y que motivó la original cancelación es con la presencia de Andrea Bocelli, uno de los más importantes exponentes del *crossover* y quien dista mucho de ser

cantante de ópera, aunque haya grabado, con malos resultados, tres títulos operísticos: Tosca, Trovador y Bohemia. / Sergio Padilla, Bemol y sostenido

Este comentario se publicó en la columna de crítica musical *Bemol y Sostenido* de Sergio Padilla. Se refiere de manera negativa a la organización de eventos mayores como fue tanto el concierto organizado en Monterrey en donde alternaron por un lado tenores de la talla de Plácido Domingo junto al “Potrillo” Alejandro Fernández, cantante popular y de ranchero y el cual tuvo un final no muy grato por sobre venta de boletos y los recitales en polémica que se llevarían a cabo en Guadalajara.

Mural

Dejará Pavarotti cultura, no dinero

- ...Ya no servirá para obtener recursos destinados a la construcción de la biblioteca pública del Estado, ahora el concierto de Luciano Pavarotti tendrá un fin más abstracto: el beneficio cultural para la ciudad... [según declaración de Raúl Padilla López, presidente del Consejo de Administración del Teatro Diana] (*1plana*)

Mural, en esta primera nota, pone en boca de Raúl Padilla López, precisamente el presidente del Consejo de Administración del Teatro Diana, el destino de la recaudación que se logre en el concierto. El diario, de manera un tanto velada califica de manera negativa y “sospechosa” tal cambio., al enfatizar que el concierto de Luciano Pavarotti tendrá un “fin más abstracto”, pues no se sabe dónde acabará ese dinero. Aquí la nota más que sobre el concierto en sí, es sobre la propia política cultural de la universidad que la declaración en cuestión deja ver.

Pavarotti no es barato

- Según cifras que trascendieron en sus anteriores visitas a México, Luciano Pavarotti habría cobrado un millón de dólares, por la actuación que brindó en México en el 2003, y 650 mil dólares por el recital en el Liceo del Valle hace dos años. La UdG, quien organiza el concierto que dará el tenor el 8 de marzo en el Teatro Diana, se niega a revelar lo que pagará (5d)

En esta segunda nota se hace énfasis en el costo económico que implica traer a una personalidad como es Luciano Pavarotti y Mural hace ver que la U d G

no quiere dar a conocer lo que pagará por el concierto que se aproxima, en medio de la polémica e incertidumbre que se ha creado en torno a éste cantante.

10/02/ 2005

El Informador

Luciano Pavarotti a su fecha original

- Por petición de la empresa manejadora de la gira *Farewell tour* de Luciano Pavarotti, la U d G optó por cambiar la fecha de presentación del tenor italiano al 5 de marzo en el Teatro Diana.

El Informador responsabiliza a los organizadores de la gira mundial del nuevo cambio y regreso a la fecha original de la presentación de Pavarotti en la ciudad.

Público

Pavarotti cantará el 5 de marzo en el Diana

- De hecho el cambio de sede se traduce en un ingreso menor por concepto de taquilla. Sin embargo, se llegó a un acuerdo con quienes manejan el tenor italiano para disminuir el costo de su actuación y se trabaja en conjunto con patrocinadores que ayudarán a solventar algunos de los gastos.

Público por su parte, ofreció una versión sobre la organización económica del concierto.

12/02/2005

El Informador

- El *Og mandino* de la U de G, S.A. de RPL, Jeffrey Stevens Fernández dio la nueva de que por instrucciones del rector general, trabajadores y empleados de la universidad podrán pagar en cómodas quincenas estipendios por ver y escuchar las glorias marchitas de Luciano Pavarotti, deducibles por nómina. Casi justicia divina, una tienda de raya computarizada / *Charles Nath*, comentarista y músico

En la columna del músico y crítico de música Charles Nath, se presenta de manera negativa a la universidad, a los directivos de Cultura UdG y al propio cantante. Uno de los motivos, la política interna que se implementó entre sus

empleados, con el propósito de buscar otros caminos para solventar los gastos de dicho concierto y para que haya audiencia en dicho recital.

Esta fue la última nota que El Informador publicó respecto a este tema. Durante los subsiguientes días este diario no mencionó nada más al respecto.

14/02/2005

Mural

- Los que están verdaderamente empeñados en hacer el ridículo son los funcionarios del engendro llamado Cultura UdG: Todas las semanas montan un *sketch* diferente, pero con más o menos con los mismos...Cultura UDG / Tanilo, El albañil

También mediante una columna, en este caso de Tanilo, El albañil, se habla de manera negativa sobre la organización de la U de G en torno a los eventos culturales que organiza, entre los que se encuentra el concierto de Luciano Pavarotti.

23/02/2005

Público

Luciano Pavarotti dejará ganancia al Diana.

- Luciano Pavarotti llegará a esta ciudad. Cantará el 5 de marzo en el Teatro Diana y al final, sí dejará ganancias a la UdG. Aunque en un principio se temía que los ingresos por concepto de taquilla no cubrirían honorarios del tenor italiano, Fernando Favela, de la empresa Punto Medio, que se encarga de la producción, informó que se contará con el apoyo de importantes patrocinadores que ayudarán a solventar los gastos.

La declaración que hace un representante de la empresa de producción del concierto, Fernando Favela trata de “*salvar*” el concierto al afirmar de alguna manera que todo está bajo control y que al final, el resultado de dicho recital sí será positivo. La fecha que se menciona es el cinco en vez del ocho que originalmente mencionó Mural. Este hecho es confuso ya que la fecha del cinco de marzo también se ha manejado para el recital de Bocelli.

24/02/2005

El Informador

Andrea Bocelli alista su visita a Guadalajara

- Andrea Bocelli ya tiene definido cual será el programa que presentará en Guadalajara el 4 de marzo. Sólo falta que llegue el día para ofrecerlo a los tapatíos (Espectáculos. 1 plana)

Público

La mitad de los boletos para ver a Bocelli están vendidos. A ocho días del concierto del cantante, sólo quedan por venderse los lugares más caros en el foro de las instalaciones de Educare

- En cuanto a la venta de boletos, se tienen alrededor de 2, 500 localidades vendidas. A 8 días del recital, sí se mantiene el ritmo que hasta ahora, habrá un lleno con 5, 500 espectadores en el Foro que se dispuso en la escuela Educare, lo que representa casi el doble de personas que verán a Pavarotti en el Teatro Diana

Hasta este momento no había habido información precisa sobre el concierto de Bocelli. Parece como si la empresa organizadora hubiera mandado un boletín de prensa. Sin embargo, la nota en El Informador es prácticamente publicitaria y está ubicada en la sección de Espectáculos. En Público esta nota es escueta; más que nada compara la demanda entre los dos eventos, con un saldo mucho más positivo para Bocelli y sus organizadores que para Pavarotti y la Universidad de Guadalajara.

25/02/2005

Mural

- *Oh México!*

Ansioso de cantar el 5 de marzo en Guadalajara, Luciano Pavarotti dice que los mexicanos son conocedores de la ópera. México, México, dice. Espero encontrar a un público bello y poder cantar bien. (*1era plana*)

Harán La Bohème en la luna.

Asegura Luciano Pavarotti que el público mexicano es conocedor y exigente de ópera, un género que, dice, no está en extinción.

- A los 4 años de edad cantó por primera vez *La Donna e mobile* y 66 años después Pavarotti se despide en el 2005 dentro de *The Farewell Tour* de los escenarios del mundo.

Mural casi al final del mes y más próximo al concierto en cuestión, anuncia en primera plana que el cantante de fama internacional, Luciano Pavarotti “está ansioso de cantar en Guadalajara” y que “los mexicanos son conocedores de la ópera”. En la sección de Gente, Mural le dedica toda la primera página para una especie de semblanza de Pavarotti y su trayectoria artística de manera positiva.

Esta es la última nota que Mural publica en febrero sobre Pavarotti y la controversia con el concierto de Bocelli. Además, este rotativo no publica ninguna nota sobre el concierto de Bocelli en sí mismo.

26/02/2005 **Público**

Más lugares para Bocelli. La escuela Educare amplió el aforo con 520 sillas más, en vista de la demanda que ha tenido el concierto del 5 de marzo próximo

- Los organizadores de la presentación de Andrea Bocelli abrieron nuevos lugares para el concierto que realizará en Educare el 5 de marzo. Explican que ante la buena respuesta de los seguidores tapatíos de tenor italiano, se abrió una zona extra en las localidades. Presentarán además, el programa que ejecutará el tenor. (Debajo de la nota está un anuncio de más de un cuarto de página del propio concierto)

Vuelve la información positiva sobre la organización y respuesta de la audiencia al concierto organizado en Educare. La fecha del cinco de marzo que aquí se publica no coincide con la del cuatro de marzo anunciada por El Informador en su primera nota. En este espacio ya no se menciona el concierto de Pavarotti.

27/02/2005 **Público**

Público dedicó una página completa de la sección de cultura para cuatro notas relacionadas entre sí. A continuación los encabezados:

- Bocelli, una figura del pop
- Pavarotti es la voz de la experiencia
- Groban, joven rival de Bocelli
- Andreas School en la cúspide

Se describen algunos fragmentos representativos de las notas antes mencionadas

Bocelli, una figura del pop

- En realidad creo que [Andrea Bocelli] es un producto de la mercadotecnia. No tiene los alcances vocales necesarios; se trata de un intérprete microfónico; se tiene que apoyar en la tecnología para colmar los teatros con su voz; no tiene la potencia necesaria. (Flavio Becerra, tenor y director del coro del municipio de Zapopan)

Público se vale de una entrevista al director del coro del municipio de Zapopan para criticar de manera severa la calidad de voz y de espectáculo que ofrece Bocelli. Este comentario contrasta con las notas publicadas por el mismo diario en días anteriores en las que se hace referencia de la buena aceptación y éxito de taquilla del próximo recital de Bocelli en Guadalajara.

Pavarotti es la voz de la experiencia

- Es muy evidente que los mejores años de Pavarotti ya pasaron. Es un proceso natural: la gente que no tiene el oído muy educado no se da cuenta que los alcances de la voz del cantante se tienen que poner en escalas más bajas por sistema. Sin embargo, lo que nos puede ofrecer es la maestría que le ha dado el tiempo porque sin duda, fue el rey de los agudos; hoy ya no podemos esperar eso, explica Flavio Becerra, director del coro municipal de Zapopan

En esta segunda nota que evidentemente surge de la misma entrevista a Flavio Becerra; el entrevistado contrapone su opinión negativa respecto a la calidad de Bocelli como cantante lírico, a lo que el mismo afirma sobre la calidad de Luciano Pavarotti. Público logra cuestionar, a través de las declaraciones de Becerra, el grado de conocimientos musicales de la población tapatía, en cuanto a música lírica se refiere. Afirma que el público parece no reconocer la diferencia entre la capacidad del propio Pavarotti y lo que Bocelli ofrece como cantante.

Andreas School en la cúspide

- La realidad es que si nos visitara una figura como esta [Andreas School] no tendría la misma respuesta que tiene la de Pavarotti. No por

que calidad no lo amerite, sino por que casi no se le conoce, explica Flavio Becerra, director del coro municipal de Zapopan

En una tercera nota y con la misma fuente de opinión (Flavio Becerra), se habla de otro cantante lírico europeo, *Andreas Schooll*, de alta escuela lírica, a pesar de que éste no es conocido en la ciudad. El entrevistado, nuevamente y no el diario, sugiere que la mercadotecnia ha sido una herramienta útil también en la cultura para dar a conocer productos culturales como son los cantantes, sean éstos buenos o malos; la promoción publicitaria es lo que hace que la gente guste y compre los espectáculos.

Groban, joven rival de Bocelli

- El productor David Foster le abrió las puertas del éxito a Josh Groban en el mercado estadounidense. Curiosamente a éste le correspondió tomar el lugar que había dejado Andrea Bocelli en la realización de un dueto con Celine Dione

Una nota complementaria y que aparentemente no tiene relación con la controversia local, menciona que el cantante norteamericano de música pop, Josh Groban, subió al estrellato gracias a que sustituyó en un dueto con la popular Celine Dione, al cantante italiano Andrea Bocelli.

En esta nota, a partir de un hecho, se ubica a Andrea Bocelli en la música pop y no únicamente a partir de alguna entrevista. No había habido una nota previa a éstas en donde sucediera algo similar, sino todo lo contrario. Se comparó constantemente al cantante Andrea Bocelli con Luciano Pavarotti.

Se refuerza con esta nota la idea de importancia de la mercadotecnia cultural en la construcción de los gustos culturales dentro de la cultura de masas. Las bellas artes y la cultura popular se mezclan y se confunden. Espectáculos que antes fueran claramente distinguibles, hoy parecen fácilmente confundibles entre sí. La audiencia aparentemente es satisfecha con cierta facilidad en cuanto al consumo de productos culturales.

De esta revisión de las notas sobre Pavarotti-Bocelli se aprecia que:

- La Universidad de Guadalajara es un actor social bastante polémico para los diarios en cuestión. Las actividades que esta institución

realiza dentro y fuera de sus muros parece afectar significativamente la vida de la ciudad. La organización del concierto de Pavarotti cuyo beneficio se destinaría para la construcción de la biblioteca de la UdG no resultó positivo para su imagen. En la prensa se polarizaron las opiniones tanto de funcionarios como de ciudadanos al respecto.

- Un evento similar pero organizado por una empresa privada pareció no estar en el ojo del huracán periodístico, el concierto de Bocelli. Éste pareció no tener tanto qué ser criticado pues no causó la polémica y controversia en la prensa como el concierto de Pavarotti. Antes bien, fungió como la contraparte para que los diarios polemizaran aún más en torno a la Universidad de Guadalajara.
- La administración del evento de Bocelli se presentó en la prensa como el evento “fuerte” y transparente. No se cuestionó ni el fin de lo recaudado, ni el precio, ni la cantidad de asistentes, lo que sí sucedió con para el evento de Pavarotti. Se leía en las páginas de los diarios que el que el beneficio del recital de Pavarotti resultaba ser más abstracto, que la administración de la magna casa de estudios estaba en peligro de no cubrir los gastos de producción y que se respiraba cierta presión para que los propios empleados universitarios acudieran al concierto y llenaran el auditorio.
- Los rotativos en estudio se valieron de terceras personas, mediante declaraciones, para calificar al evento de Pavarotti. Las columnas de crítica cultural en las que los autores tienen nombre y apellido también fueron foros para una crítica aguda.
- Ambos conciertos, aunque diferentes de acuerdo a declaraciones de conocedores, fueron calificados por los periodistas como similares. El bel canto, que hizo famoso a Pavarotti se mezcló con la música pop, que es generalmente lo que canta Bocelli. Así, la prensa local consideró a ambos conciertos más que nada como productos de consumo que peleaban la preferencia del público.

4.9.2 Caso: Feria de Arte Contemporáneo, ARCO 2005

La prensa local se interesó en cubrir el acontecimiento. Los tres periódicos informaron a sus lectores de manera previa y durante la Feria de Arte Contemporáneo; sin embargo fue notorio la diferencia en el tratamiento que cada uno de los diarios le dedicó a esa noticia.

Cabe mencionar que tanto El Informador como Mural tuvieron enviados especiales para la cobertura de la Feria de Arte. En cambio Público se allegó información principalmente a través de las agencias de noticias, en particular EFE.

4.9.2.1 Superficie de la cobertura, en general

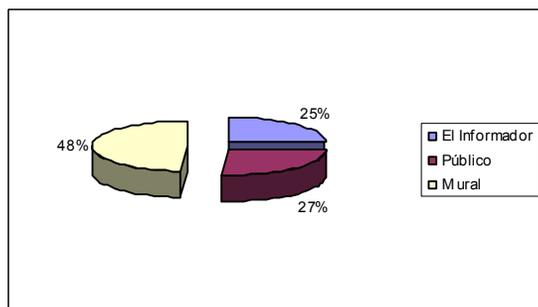
La cobertura general de ese acontecer público fue de siete mil novecientos veintiocho centímetros cuadrados.

Tabla 68
Superficie de la cobertura, en general y por diario

Diario	Superficie de texto	Superficie imagen	Superficie general
El Informador	2,807.25	1,227.25	4,034.50
Público	3,619	753.5	4,372.50
Mural	4,951	2,977	7,928

De estos, Mural aporta casi la mitad de los centímetros cuadrados; mientras que el resto se divide casi equitativamente entre Público quien ofrece el veintisiete por ciento y Mural que tiene el veinticinco por ciento restante. Por la cantidad de centímetros cuadrados dedicados a este seguimiento se puede apreciar claramente que Mural es el diario que mostró más interés en divulgar lo que sucedió en Arco 2005.

Gráfica 68
Superficie de la obertura, en general y por diario

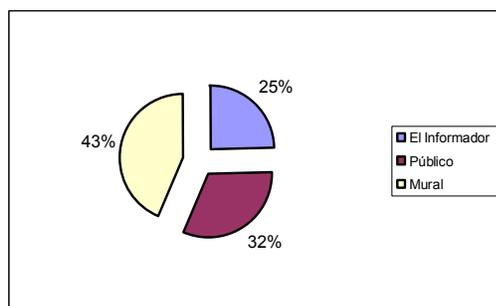


4.9.2.2 Superficie del texto de la cobertura, en general

Los centímetros cuadrados dedicados en general al texto con el que los diarios cubrieron la nota fue de cuatro mil novecientos cincuenta y un centímetros cuadrados. Esto es el sesenta y dos punto cinco por ciento del total de superficie que habla de Arco.

La superficie de texto se compuso por un cuarenta y tres por ciento que le corresponde a las páginas de Mural; un treinta y dos por ciento de Público y el veinticinco por ciento lo edita El Informador.

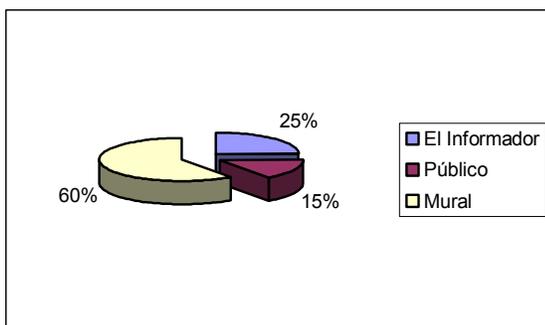
Gráfica 69
Superficie del texto de la cobertura, en general y por diario



4.9.2.3 Superficie de la imagen en la cobertura, en general

Son dos mil novecientos setenta y siete centímetros de imágenes que suma el seguimiento de los acontecimientos en torno a Arco. Este representa del total de la cobertura, el treinta y siete punto cinco por ciento. Es significativo el alto porcentaje que los diarios le dedicaron a la imagen y hace pensar que hoy día, la tendencia periodística en prensa es incorporar cada vez más la imagen como complemento al texto e incluso, en algunas ocasiones ser el fundamento de la nota.

Gráfica 70
Superficie de la imagen de la cobertura, en general y por diario



De estos dos mil novecientos setenta y siete, el sesenta por ciento de la superficie la editó Mural; una cuarta parte es de El Informador y un significativamente bajo quince por ciento restante lo representan las páginas que Público dedicó a Arco 2005.

4.9.2.4 Superficie de la cobertura, por diario

4.9.2.4.1 Superficie de la cobertura en El Informador

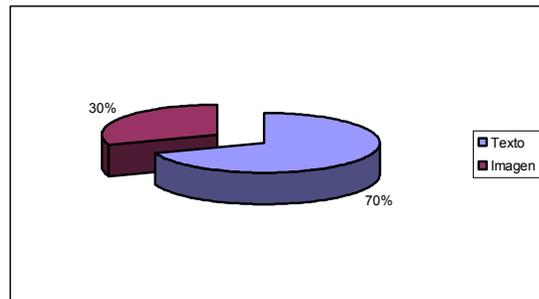
El Informador publicó sobre Arco 2005, diez notas en ocho días distintos. Le dedicó a esa muestra de arte, cuatro mil treinta y cuatro punto

cinco centímetros, distribuidos en la proporción de 70/30, es decir un setenta por ciento de texto y un treinta por ciento para la imagen complementaria de la nota. Tal proporción muestra coherencia con la línea editorial de este diario, que tradicionalmente se ha considerado conservador en la postura y difusión noticiosa.

Ninguna de las notas de El Informador fueron publicadas en la primera plana general, sin embargo dos de ellas sí se editaron como encabezamientos en la primera plana de la sección local que luego remitía a las páginas interiores.

Me parece importante hacer notar que este diario contó con un enviado especial para cubrir el evento de manera directa desde Madrid, España; gesto que muestra el interés periodístico que este evento provocó en ese rotativo.

Gráfica 71
Superficie de la cobertura en El informador



4.9.2.4.2 Superficie de la cobertura en Público

Público por su parte, cubrió el evento en cinco ocasiones diferentes del mes cuyas notas sumaron cuatro mil trescientos setenta y dos punto cinco centímetros cuadrados. Curiosamente Público en esta ocasión distribuyó texto e imagen en la proporción 83/17.²² Esto significa que casi la totalidad de la cobertura fue de texto y el apoyo de la imagen periodística, que ha sido una de las características de este diario, permaneció casi al margen. Solamente una nota se presenta en primera

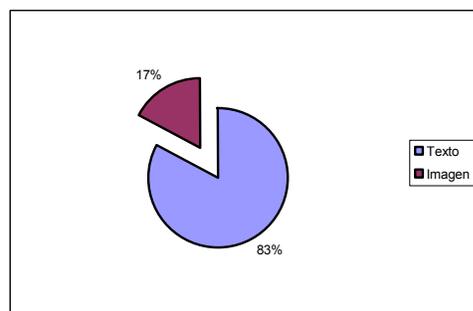
²² Este diario se ha distinguido a lo largo de su trayectoria por el manejo gráfico como información importante dentro de sus páginas

plana, sin embargo ésta considera al evento de manera tangencial ya que en realidad cubre un atentado terrorista en Madrid, misma ciudad donde se desarrollaba la muestra y en la que se encontraba el presidente Vicente Fox.

Un dato a tomarse en cuenta es que para cubrir la exposición durante el tiempo necesario, el rotativo se valió de la agencia española EFE. No parece haber tenido ningún enviado especial para tal fin. Aunque algunas notas, principalmente las entrevistas, tienen autor con nombre y apellido.

Dos notas en apariencia relevantes por sus dimensiones en las páginas de Público, se refieren a dos entrevistas en particular. Una de ellas a Antonio Navalón, promotor del Arte chicano, presente en Arco, y la otra entrevista dedicada a Gabriel Orozco, artista plástico mexicano de fama internacional, con motivo de su exposición individual en el marco de Arco. Los firmantes de las entrevistas no parecen ser periodistas de planta de Público, probablemente pertenecen al Grupo Milenio o en su caso, ser *Free lance* que vendieron la nota.²³ El tratamiento de la noticia sorprende de alguna manera ya que no se le da relevancia al evento global en sí, sino que habla de los actores sociales en cuestión como entes individuales y podría incluso pensarse que Arco 2005 es un mero accidente y no la razón de ser de las muestras artísticas de las que se habla.

Gráfica 72
Superficie de la obertura en Público



Otro dato también significativo que distingue a Público de los otros dos en cuanto a la editorialización que realizó en torno a Arco 2005 fue el tratamiento del

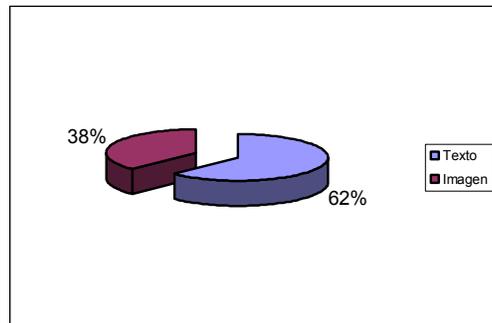
²³ Respecto al tratamiento en estas notas de describirá más adelante, en el apartado de editorialización

evento en la nota del 10 de febrero. Nota que si bien apareció un encabezamiento en la primera página y una página completa en los interiores, esta noticia apareció en la sección Fronteras (internacional) cuyo tema central fue un atentado terrorista en Madrid. Arco 2005 se menciona de manera tangencial. Se aborda la muestra de Arte debido a que el atentado sucedió el mismo día y muy cerca de dónde se inauguraba Arco 2005 con la presencia del presidente mexicano Vicente Fox y los reyes de España en el evento.

4.9.2.4.3 Superficie de la cobertura en Mural

Mural edita diez notas en torno a Arco 2005 en siete días diferentes. El espacio dedicado al seguimiento de este acontecimiento suma siete mil novecientos veintiocho centímetros cuadrados; cuyo sesenta y dos por ciento lo compone el cuerpo textual y el treinta y ocho por ciento corresponde a la imagen periodística.

Gráfica 73
Superficie de la cobertura en Mural



Mural ha sido el diario, en el seguimiento de Arco 2005, con más espacio en general y gráfico en particular de los tres periódicos. Ese hecho responde coherentemente a la línea editorial del rotativo. La imagen ofrece al lector una idea más acercada de lo que sucedió en dicho evento.

4.9.2.5 Editorialización de Feria Internacional de Arte

La primera noticia que aparece en febrero sobre la Feria Internacional de Arte Contemporáneo se publicó el dos de febrero en Mural.

02/02/2005

Mural

Representa Orozco a México

- Dentro de la feria de arte contemporáneo ARCO 05, que se realizará del 10 al 14 de febrero en la capital española y donde México será el país invitado de honor, Orozco es el único artista nacional vivo que tendrá una muestra individual. (Edgar A. Hernández Con fotografía del artista y de la instalación)

El actor principal en esta nota es el artista plástico Gabriel Orozco. Sin embargo, Mural ubica a dicho actor social dentro de un contexto específico.

04/02/2005

Los tres diarios tuvieron algo que decir este día, respecto a Arco 2005.

El Informador

México y “Las dos Fridas” en Arco

- La obra maestra de Frida Kahlo, Las Fridas, y la cultura mexicana serán los principales protagonistas de la vigésima cuarta edición de la Feria Internacional de Arte Contemporáneo a punto de abrir sus puertas en la ciudad española de Madrid. Los reyes Juan Carlos y Sofía, acompañados de la Infanta Cristina y Vicente Fox, inaugurarán oficialmente el próximo miércoles esta feria que apuesta cada vez más fuerte por internacionalizarse y en la que en esta ocasión participarán 2 mil artistas de 36 países representados en 290 galerías, 203 de las cuales son extranjeras / *Aurora Martín Enviada especial*)

Público

Destacada presencia de México en la Feria de ARCO

- Un total de 17 galerías mexicanas estarán presentes este año en la Feria de Arte Contemporáneo Arco de Madrid, que se celebrará del 9 al 14 de feb. Y a cuya inauguración oficial asistirá el presidente de México, Vicente Fox. / EFE

Mural

Rechazan estar en ARCO

- Los artistas Damián Ortega y Abraham Cruz Villegas rechazaron participar en Eco, Arte contemporáneo mexicano, la exposición más importante que presentará México en la Feria Arco 05 de Madrid, por considerar que presenta una visión anestesiada y exótica del arte nacional. [...]No les interesa participar en una exposición oficial con un enfoque turístico y pomposo que no refleja el tipo de arte que se hace actualmente en México / Negativo / Edgar A. Hernández (Fotografía)

Por un lado, El informador prepara a sus lectores respecto lo que será Arco 2005 y enfatiza en su encabezamiento a México y a Frida Kalho en la Feria de arte madrileña. La línea editorial del Informador resalta el protocolo oficial y el programa de lo que sucederá en Madrid.

Por su parte Público que también destaca a México como actor importante en Arco, da importancia al arte joven que estará presente en la Feria. Tanto El Informador como Público manejan el evento sin mayores contrastes informativos. Todo lo contrario sucede con Mural que por su parte, busca polémica.

Mural, en esta nota presenta el lado “oscuro” de la muestra y da voz a algunos artistas mexicanos inconformes de la exposición oficial que México preparó con el objeto de tener una presencia en la Feria. Los artistas afirman que Eco, la exposición en cuestión, no refleja el tipo de arte que se hace actualmente en México.

06/02/05

Público

Gabriel Orozco en el Reina Sofía de España.

- Es probablemente el artista mexicano que más hondo ha penetrado en el circuito internacional en los últimos años. En entrevista, habla sobre su proyecto en Madrid y sobre algunos aspectos de la creación mexicana actual. (Entrevista. Foto Página completa)

Mural

Atrae de México su innovación

Porque se trata de un centro artístico de grandes creadores y por que hay suficiente infraestructura museísticas, centros docentes, galerías y coleccionistas. México es ya una sociedad que contempla la creación y el pensamiento artístico contemporáneo como una necesidad del ciudadano y del espíritu /Rosina Gómez Baeza, Directora de Arco 2005- entrevista / Pablo Gómez

/Agencia Artgos/Entrevista a la directora de ARCO, Rosina Gómez Baeza. Fotografía)

Narrarán la historia a través de 17 galerías.

- Asegura Carlos Ashida que la selección de galeristas que representarán a México en Madrid fue incluyente y abierta
La intención al seleccionar las 17 galerías de arte que participarán en Arco 2005 fue que estas narrarán los procesos que se han vivido y se están viviendo en términos de promoción comercial de arte en México / Entrevista a Carlos Ashida, Curador y responsable de la curaduría de México. Jaime Reyes Rodríguez. Fotografía)

Arte mexicano al escaparate.

- El arte contemporáneo no existe. El término es elusivo y el tiempo se encarga de cuestionar esta falacia una y otra vez.
Gabriel Orozco es un excelente artista europeo o estadounidense, según las necesidades de las instituciones que lo exhiben. Ahora le corresponde ser uno de los artistas mexicanos más carismáticos en los eventos de ARCO 2005 / **Negativo** / Carlos Aranda, crítico de arte. Casi toda la página. Ilustración

Público dedica toda una página de la sección cultura a una entrevista realizada a Gabriel Orozco.

La entrevista a Orozco quien es un artista plástico mexicano con fama internacional presente en el foro de Arco 2005 con una exposición individual, tiene como objeto principal promover a dicho artista y resaltar sus opiniones sobre el arte mexicano actual. A Público parece no interesarle mencionar a Arco 2005 y su importancia como evento noticioso y como escaparate mundial para la plástica mexicana; pues cabe mencionar que Arco es una feria comercial cuyo objetivo central es el mercado de las obras de arte plástico; la venta del arte como producto de consumo.

Mural ese mismo día, presenta tres facetas distintas de Arco 2005. Por un lado, ofrece una entrevista a la directora de la Feria. Se le permite a ésta dar la versión oficial de la exposición y ponderar las cualidades de México como país invitado a la Feria. Otro aspecto abordado fue la respuesta que Carlos Ashida, galerista tapatía y encargado de curar Eco ofrece en torno a la inconformidad de los artistas publicada el día anterior. El tercer ángulo desde donde se presenta Arco fue desde una opinión aguda de un crítico de arte en torno a lo que pudiera considerarse arte contemporáneo y el papel que desempeña Gabriel Orozco en la

imagen del arte mexicano en el extranjero. Parece que la posición de Mural en la cobertura de este acontecimiento, es abrir la polémica en torno a la política cultural mexicana bajo el escaparate de Arco.

El Informador permaneció en silencio. No publicó ese día nota alguna.

08/02/2005

El único que ofreció información ese día fue Público. Una nota escueta y sin imagen complementaria. La nota está firmada por EFE y Redacción.

Público

El invitado de honor se instala

- El arte actual de México, invitado en la Feria Internacional de Arte Contemporáneo (ARCO) de Madrid que abrirá sus puertas el día 9, invadirá la ciudad con obras de decenas de creadores.

(en la misma nota)

- *Fox y Sari hacen recorrido.* Hoy martes, el presidente Vicente Fox hará un recorrido al lado del artista mexicano Gabriel Orozco, uno de los artistas conceptuales más importantes del mundo, en la exposición que instaló en el Museo Reina Sofía. (Sin foto)

En la primera parte de la nota se hace mención al conjunto de artistas originarios de Tijuana que también participan en la muestra. La segunda parte de la nota se hace referencia a la parte protocolaria y oficial del evento. El programa del presidente Fox dentro del marco de Arco. Así, se ofreció un avance sobre el recorrido que realizaría el presidente mexicano Vicente Fox y la secretaria de cultura, Sari Bermúdez junto con Gabriel Orozco por la exposición particular de éste último, día previo a la inauguración de Arco.

09/02/2005

El inicio de las actividades oficiales de Arco y la presencia del presidente Fox Quezada en ella hicieron atractiva la cobertura del día nueve. Los tres diarios publicaron sus versiones al respecto. El Informador ofreció dos notas complementarias. Público solo una y Mural tres notas relacionadas entre sí.

El Informador

Acompañado por Fox, Gabriel Orozco inaugura en Madrid

- A partir de su trabajo [Gabriel Orozco] se reinvirtieron las expectativas de lo que un artista de esas latitudes representaba o quería representar y su presencia en el circuito internacional ha sido un estímulo para artistas jóvenes

La novedad extrema nacional. México impone en el Reina Sofía

- La muestra organizada por motivo de la presencia de México como país invitado en ARCO, recoge la obra de más de 40 creadores que han marcado la escena artística mexicana en los últimos 15 años (Página completa con ilustración)

Público

Los muros de Tijuana, en Madrid

- Bajo la premisa de que ningún muro detiene las ideas, surgió el proyecto Arte contra los muros: Tijuana. La tercera Nación... que hoy se presenta en ARCO 05. En entrevista, Antonio Navalón, su principal promotor, habla de la importancia de la producción artística en la frontera mexicana

Mural

Ven pobre a México en ARCO 2005

- Critica Gabriel Orozco la exposición “Eco Arte Contemporáneo Mexicano” ya que no logra reflejar los cambios que han sucedido en el arte mexicano (1 plana Fotografía)

Ven poco “eco” en exposición. Defienden curadores a Eco...” aseguran que sí refleja al arte mexicano contemporáneo

- [Gabriel] Orozco rechazó participar en esa muestra que reúne 85 piezas de 41 artistas -entre quienes figuran Francisco Toledo, Gunther Gerzso y Teresa Margolles- por considerar que no mostraba la realidad del arte actual [en México] / negativo / Carlos Rubio

Te toca, Vicente, pégale a la bola”...

Tras declararse impactado por la muestra, Fox recorrió en silencio junto a Orozco la nave del Palacio de Cristal, acompañado de su esposa y su hija Cristina. Sólo Sahagún se aventuró a hacer algunos comentarios, como que la Obra Mixiotes le daba la impresión de que tenía la forma de una mantarraya / positivo / Edgar A. Hernández. Fotografía

A El Informador le interesa dar a conocer el acto protocolario del recorrido de Fox con Orozco dentro del Museo Reina Sofía en donde se exhibía la obra del artista. También describe globalmente al grupo de artistas que participaron como representantes de México.

Público por su parte, que ya había mencionado el día anterior sobre las actividades presidenciales, le dio voz al promotor del grupo de artistas tijuanenses. Prácticamente se dedica a dar a conocer el arte chicano sin mencionar en gran medida Arco 2005.

Mural en cambio, ofrece con dos notas distintas algunas facetas de lo que estaba sucediendo en el evento. Por un lado, pone en boca de Gabriel Orozco una crítica a Eco. Crítica que apoya aquella nota ya publicada en días anteriores por el mismo rotativo, respecto al trabajo de selección y promoción de artistas mexicanos que representaron a México en Eco.

También Mural presenta, en la tercera nota, de una manera un tanto desenfadada el recorrido presidencial por el Reina Sofía. Se le permite a la primera dama, Martha Sahagún cierto protagonismo en la inauguración. Las fotografías complementarias ayudan en este objetivo ya que presentan a la primera dama como actor social activo en el acontecimiento. El tono que se le imprime a la editorialización de esta nota hace ver tal cobertura como si fuera hecha para la sección de sociales, pues se menciona incluso la presencia de la hija del presidente Fox, Cristina así como también la actitud de buen humor de la Sra. Marta Sahagún de Fox para divertirse con la obra plástica interactiva de Gabriel Orozco.

10/02/2005

La inauguración de Arco que se desarrolló a la par y a pesar de, un atentado terrorista sucedido cerca de las instalaciones de la feria, se describió de manera distinta por los tres diarios.

En El Informador este hecho mereció un recuadro en la primera plana local que luego remitía la redacción a las páginas interiores.

El Informador

ARCO 2005. México Brilla a pesar del atentado

- Pese al atentado perpetrado ayer por la banda terrorista ETA a escasos metros del recinto sede de la Feria Internacional del Arte Contemporáneo en Madrid, México brilla con luz propia a través de un amplio empelo de sus mejores producciones artísticas (Recuadro primera plana local).

Los reyes de España y Fox inauguran Arco. México centra la atención cultural en Madrid

- El panorama que presenta este año la Feria Internacional del Arte Contemporáneo ARCO, con México como invitado de honor, promete una experiencia llena de sorpresas y estímulos visuales. Ni siquiera el atentado perpetrado ayer por la banda terrorista ETA a escasos metros del recinto sede logró eclipsar la inauguración oficial presidida por los reyes de España y el Presidente Vicente Fox

El Informador resalta la inauguración y menciona el atentado como un obstáculo superado por los organizadores quienes lograron el éxito de la ceremonia. No se menciona en ningún momento la presencia de la primera dama Marta Sahagún de Fox entre los que inauguraron oficialmente el evento, aunque sí aparece en la fotografía de apoyo, en compañía de su esposo y la pareja real española.

Público

ETA cimbró Madrid y a la feria ARCO (1 plana)

Madrid, otra vez atacada por ETA. El presidente mexicano Vicente Fox se encontraba de gira en la capital española.

- Un coche-bomba colocado por la banda estalló ayer, causando heridas a 42 personas. “El camino de las bombas sólo los llevará a la cárcel”, advierte el presidente Rodríguez Zapatero.
La organización terrorista vasca ETA reapareció ayer en Madrid, al estallar un coche-bomba cargado con 30 kilos de dinamita en las inmediaciones del Parque Ferial Juan Carlos I, sede de la Feria de Arte Contemporáneo ARCO 05. Los hechos ocurrieron horas antes de que acudiera a la inauguración el presidente mexicano Vicente Fox y el saldo fue de 42 heridos de carácter leve. (Fronteras p. 27)

Público en cambio, que si bien presenta a la inauguración en primera plana y le dedica una página completa en interiores, se interesó más bien, en el hecho terrorista en sí y no en el acto protocolario de Arco 2005. La noticia es ubicada en la sección Fronteras (Internacional); no se describe ni el clima de la feria ni los ni la agenda oficial que el presidente mexicano y su esposa en compañía de los reyes de España realizaran ese mismo día. La cuestión política-policíaca fue realmente el interés periodístico para este rotativo y Arco 2005 se presentó como un hecho

accidental. Se menciona más que nada por que participaría en él, personajes públicos importantes para México.

Mural

Ignoran a los etarras para disfrutar el ARCO 2005. Guían Fox y Marta Sahagún a Reyes españoles por las áreas de las galerías mexicanas en un recinto fuertemente vigilado.

- La Feria Internacional ARCO que tiene a México como país invitado, abrió ayer sus puertas de forma estruendosa, con la asistencia de cerca de 30 mil personas que desafiaron con su presencia la amenaza que significó el atentado del grupo separatista ETA a escaso metros de su sede, el Parque Ferial Juan Carlos I / Edgar A. Hernández. Varias fotografías

Blindan la obra de Kahlo

- Resguardada por vidrios blindados en un contenedor anclado al piso, las dos Fridas recibe al visitante de ARCO. La obra de Frida Kahlo es también custodiada por un guardia de seguridad y observada las 24 horas por un sistema de circuito cerrado

Mural por su parte, brinda una versión más entusiasta de la inauguración a pesar de que dentro de la crónica se menciona el atentado terrorista. La primera dama mexicana tiene presencia específica en la nota periodística de este diario. Como nota complementaria, en un recuadro anexo, se menciona la seguridad con la que se exhibe la obra de Frida Kalho. Esa información cobra relevancia dentro del contexto del atentado terrorista.

11/02/2005

El Informador se refiere a la obra artística de Kalho y el impacto que el cuadro las Fridas tuvo al ser exhibido en Arco 2005.

El Informador

La conquista de México. Frida Kahlo protagoniza la edición de Arco. Tras la apertura oficial de la Feria Internacional de Arte Contemporáneo en Madrid, México es el protagonista y no sólo por ser el país invitado de honor, sino por la atención que ha despertado su creatividad

- México ha aprovechado ARCO para exponer por primera vez en España, el cuadro más famoso y de mayor tamaño que pintó Frida Kahlo, convertido en estrella de la feria/ Positivo

Mural

Propuesta bien perra...

- Visitantes observan la pieza de arte El perro, del español Salvador Díaz en la Feria Internacional de Arte Contemporáneo ARCO 2005 (Imagen más grande que el texto)

Mural ofrece , por su parte, una “vista” general gráficamente de lo que es Arco 2005. En realidad lo que es central es la foto de uno de los corredores de la feria en donde se muestran instalaciones, obras plásticas muy innovadoras.

12/02/2005

El Informador

Arco abre una ventana a la mirada de México

- La afluencia de coleccionistas, además de críticos y prensa especializada se ha plasmado en las numerosas ventas que ha realizado las galerías hasta el momento / Negativo

Mexicanos “pecan” en Arco

- Antes de inaugurarse la exposición *iconofagia*, imagería fotográfica mexicana del siglo XX en Centro Canal Isabel II en la Feria Arco en España, un funcionario de la comunidad de Madrid impidió la divulgación del catálogo por que dos de las postales fueron consideradas muy fuertes y pecaminosas / Negativo

El Informador continúa con el seguimiento de Arco. Este día, el diario ofrece dos notas al respecto. Una de ellas está dentro de las notas periodísticas que conforman la sección de Artes. Aquella que menciona los beneficios económicos de la feria. La segunda, que si bien también se ubica en la sección Artes, la redacción la coloca en un recuadro independiente. La nota menciona un incidente negativo acaecido dentro del contexto de Arco 2005, en la inauguración de una muestra mexicana de fotografía. En la ceremonia, un funcionario de la muestra censuró el catálogo de la exposición. La redacción hace ver el hecho como “curioso”. Muy posiblemente la noticia fue tomada de alguna agencia ya que la nota parece anónima. El Informador fue el único diario que le interesó publicar esa nota aunque no la relaciona con la crónica general del evento cultural en sí.

13/02/2005

El Informador

Feria Internacional de Arte Contemporáneo, Arco 2005. Las nuevas generaciones tienen su lugar

- El programa Nuevos territorios es la gran apuesta de la madrileña Feria Internacional ARCO por el arte emergente por las nuevas generaciones tanto de artistas como de galeristas y comisarios

El Informador es el único periódico que presenta información sobre Arco. En esta ocasión da voz y presencia a las “nuevas generaciones” involucradas en el comercio de arte y que participaron en la feria. Los otros dos diarios no publican información alguna sobre Arco.

14/02/2005

El Informador

Más que mercado de arte. “Performadoras y músicos mexicanos en Arco”

- La selección no es representativa porque el apoyo es a un grupo muy reducido que es el de los artistas que trabajan con galerías en México / Aurora Martín Azores, enviada especial

Hasta casi al final del seguimiento de Arco, El Informador publicó otras versiones y opiniones respecto a la selección oficial de los artistas mexicanos que estaría dentro de Arco 2005.

15/02/2005

El Informador

Arco llega a su fin

- La organización de la madrileña Feria Internacional de Arte Contemporáneo, Arco 05 cierra sus puertas con la satisfacción de un aumento aproximado del 10% en las ventas respecto a ediciones anteriores, y un descenso en el número de visitantes que se estima que alcance las 180 mil personas debido al incendio en un rascacielos sucedido anteaer. (1 plana local)

México cede a Austria el lugar de “país invitado”. Arco clausura sus puertas con optimismo

- El principal motivo de satisfacción han sido las ventas. Hay una estabilidad del mercado con una tendencia a la alza / Aurora Martín Azores, enviada especial

Mural

Fue México la “estrella”. La directora de ARCO valora la vitalidad del arte nacional

- La fuerza, el color y la vitalidad de la creación mexicana han quedado patentes en ARCO, una gran acogida por parte de coleccionistas y público y su presencia ha trascendido el mero ámbito promocional para registrar un significativo dinamismo de contactos profesionales y de ventas.

Tanto El Informador como Mural publicaron la clausura de Arco 2005. Público no mostró interés en cubrir el hecho.

A pesar de que durante el transcurso de la feria, se publicaron, principalmente por Mural, los claro-oscuros que caracterizaron a ésta; la cobertura de la clausura se mostró positiva en ambos periódicos, los que resaltaron los beneficios económicos que tuvo la muestra en general y en particular los artistas mexicanos.

A partir de la revisión de este conjunto de notas se aprecia que:

- El evento fue cubierto de manera muy diferente por los tres diarios. Tanto El Informador como Mural tuvieron información de primera mano, ya que tuvieron la cobertura hecha por un enviado especial. Público en cambio se “las ingenió” para que Arco estuviera presente en sus páginas mediante la compra de información principalmente de agencias de noticias.
- La posición editorial de El Informador aparece como suficiente y más bien descriptiva, sin llegar a sobresalir por alguna nota o postura en la cobertura de Arco. En cambio Público deja ver su aparente desinterés por cubrir Arco como objeto noticioso. Utiliza sin embargo, ese marco para abordar el arte mexicano y las actividades de algunos artistas que congregaron en torno a la feria. Mural también sobresalió por la manera de abordar Arco. Los periodistas de Mural buscaron siempre polemizar y politizar el evento. Parece que a Mural le atrajo tocar las fibras sensibles de la política cultural mexicana bajo el pretexto de la feria. Así abrió polémica entre grupos

antagónicos respecto a la representación mexicana y los criterios de selección de las galerías participantes, e incluso el protocolo oficial dentro de la muestra.

Conclusiones

En el presente trabajo se planteó analizar la prensa escrita de Guadalajara en tres diarios locales –El Informador, Público, Mural- con el propósito de identificar los criterios de noticiabilidad o valores noticiosos manifiestos en la construcción del acontecer periodístico en torno a la ciencia-tecnología y a la cultura los que determinan a su vez, la disposición mediadora de los medios de comunicación y de los propios periodistas entre la realidad social y la audiencia.

Los resultados del análisis de los datos obtenidos de la oferta informativa seleccionada indican que:

- La estructura editorial básica en los tres diarios se presenta de manera similar. Los tres periódicos se componen de un cuerpo noticioso cotidiano, estructurado y definido, que es complementado, en cada caso, por diversos suplementos. En general, el espacio que se dedica a los suplementos representa casi una cuarta parte del área. Este hecho muestra la posible conveniencia de las organizaciones informativas de buscar satisfacer la exigencia de un público cada vez más sectorizado. Tal diversidad de audiencia demanda a los medios de comunicación ofrecer complementos informativos y de opinión que sean atractivos y entretenidos.
- La superficie general de la muestra se aprecia un tanto desigual en cuanto a la distribución entre los tres diarios. Mural, prácticamente aporta la mitad del área total. El resto se divide entre Público y El Informador, que aunque no son iguales los porcentajes en el área, sí son similares. Respecto al área dedicada a suplementos, Mural se distingue por ser quien, en número absolutos, brinda más cm² que los otros dos diarios. Sin embargo, proporcionalmente y de manera interna, Público ofrece más centímetros cuadrados de su área total, a los suplementos que edita, en un poco más de la tercera parte. El Informador, por su parte, se presenta como una institución conservadora en este sentido, apenas cuenta con el ocho por ciento. La decisión de editar tan distinto número de suplementos en cada uno de los rotativos, puede que responda principalmente a objetivos

institucionales por promover y fortalecer intereses institucionales propios y de participar en la palestra competitiva comercial.

- La superficie de la cobertura del conjunto de ciencia-tecnología y cultura que incluye tanto información aparecida en las secciones diarias como en los suplementos especializados, apenas llega al seis por ciento. Aunque no es objeto de esta investigación un comparativo de nuestra cobertura con la cobertura de deportes por ejemplo; a simple vista del volumen de centímetros en cada sección, es posible inferir que este último campo informativo sea de mayor noticiabilidad para los diarios que en conjunto la cobertura de la ciencia-tecnología y la cultura.
- La superficie de la cobertura por diario se observa proporcionalmente similar entre sí; sin embargo, sobresale el hecho que Mural, quien cuenta con más centímetros tanto en general como en suplementos, de los tres informativos, sea ahora quien ofrezca para la cobertura, el área más pequeña, en número absolutos y proporcionalmente, de los tres informativos.
- La cultura concentró prácticamente la superficie y el número de notas de la cobertura; representa un ochenta y siete por ciento de la superficie y del número de las notas. La ciencia-tecnología apenas aparece en los diarios con un trece por ciento. Este dato permite suponer que al interior de las instituciones existen criterios que limitan el desarrollo del periodismo científico-tecnológico en la prensa local. Posiblemente la accesibilidad a la información, interés comercial, impacto en la sociedad lectora. Se reconocieron diferencias notorias al analizar el interior de cada diario. El Informador prácticamente dedica la totalidad de su cobertura a la cultura. La divulgación científico-tecnológica apenas llega al cuatro por ciento. Público, por su parte, distribuye un poco más sus notas y dedica el diez y seis por ciento de su espacio a la ciencia y tecnología, mientras que Mural, curiosamente ofrece un veintidós por ciento del total a ese tipo de notas. Con el propósito de comprender a partir de los datos obtenidos en el análisis de contenidos es necesario tener presente el hecho que Mural, por un lado, otorga editorialmente un valor significativo a la imagen periodística, la cual en muchas ocasiones se presenta en un área mayor que el propio texto

noticioso. Por otro lado, también Mural se encuentra relacionado comercial y editorialmente con un periódico norteamericano, el New York Times. La divulgación científico-tecnológica a través de la prensa diaria en aquel país parece desarrollarse más y tener mayor presencia en la opinión pública que en el nuestro; además de que Estados Unidos representa un polo de desarrollo científico-tecnológico donde se generan acontecimientos sociales susceptibles de convertirse en noticia. Posiblemente este hecho influya en el esquema axiológico de Mural en el momento de decidir qué, cómo y cuantas notas publicar en torno a la ciencia y tecnología.

- De las 1,341 notas, únicamente el dos por ciento, es decir veintiuna noticias merecieron un lugar en la primera plana. El hecho de que esas noticias ocuparon un espacio en la primera plana les otorgó una abierta importancia sobre las demás, bien sea por la notoriedad pública de los actores sociales involucrados (Caso Pavarotti-Bocelli); por el impacto sobre el interés público (Muerte de Guillermo Cabrera; virus masivo en sistemas de Internet); por la oportunidad de cubrir el hecho (Inauguración del Teatro Diana); por la capacidad de ofrecer entretenimiento (Carnaval de Río de Janeiro); o bien por la cercanía del hecho a la audiencia (Beso por Guadalajara). De las veintiún notas, únicamente dos están relacionadas con la ciencia y tecnología. Se refieren al impacto negativo que en particular, ha tenido el uso del Internet en la vida social contemporánea. Se observa que el valor para que esas notas aparecieran en primera plana pudiera ser la oportunidad de difundir el posible riesgo que tales hechos implican en la vida cotidiana de los lectores. De esas veintiún notas, once fueron publicadas por Mural. Ese rotativo parece tener clara la utilidad de los recuadros informativos acerca de algunos temas que el lector encontrará en las páginas interiores. Ese es un recurso editorial y de mercado que busca enfatizar un hecho noticioso sobre los demás, al presentarlo de forma atractiva e interesante. Así esa noticia ocupa un espacio notorio en la tabla de valor en la agenda noticiosa diaria.
- Las secciones periodísticas cotidianas constituyen los espacios donde se delimita y recrea, día a día, la agenda pública en torno a la ciencia-tecnología y la cultura. Los medios de comunicación colaboran en su configuración. A

través de la definición y divulgación de acontecimientos noticiosos, ofrecen pautas de opinión que influyen en el imaginario colectivo local en torno a esos campos sociales. En la práctica, en cuanto al modo de difusión, es decir al uso de los géneros periodísticos, los tres diarios mostraron una estructura editorial interna similar entre sí. Prevalece la nota periodística y escaso manejo de los otros géneros, posiblemente por que la mayoría de la información se ubica en las páginas diarias cuya naturaleza es la de divulgar lo actual de manera accesible para un público amplio y heterogéneo, propio de una sociedad de consumo como es la nuestra. Los reportajes, algunas entrevistas y principalmente colaboraciones de opinión y de creación, las encontramos en los suplementos especializados que cada uno de los diarios edita. La crítica literaria y promoción de nuevos títulos editoriales y la difusión e introducción de productos y accesorios electrónicos son los temas que predominan en aquellos espacios.

- El origen de la nota, es decir, el lugar dónde se generó la redacción del texto, no es indicativo que ni importante para los diarios en general. De hecho en la mayoría de las unidades informativas registradas no se especifica su origen. En cambio, el lugar de referencia es un dato relevante en el contexto de la información periodística en general. En la mayoría de los casos se precisa la referencia. La cercanía a la audiencia y la accesibilidad de la información posiblemente hayan sido los criterios noticiosos para que prácticamente la mitad de las notas mencione a la Zona Metropolitana de Guadalajara como lugar dónde se ubica la noticia. Algunas zonas geográficas son representadas colectivamente con un cierto estereotipo como generadoras de noticias especializadas en ciertos ámbitos. Así, Estados Unidos se ubica principalmente en los ámbitos de ciencia y tecnología; Europa es lugar para sucesos alrededor de las bellas artes; áreas geográficas identificadas como en desarrollo económico como son África y América Latina en general, se identifican con acontecimientos noticiosos con tinte negativo, de escándalo o insólitos tales como contrabando de arte o epidemias de enfermedades extrañas y devastadoras.
- La cobertura de temas se centra en un cuarenta y tres por ciento en lo que acontece alrededor de las bellas artes. Predominan crónicas o promociones

de actos en torno a lo literario, artes plásticas y música. Sin embargo, se nota una confusión entre lo que se considera cultural y lo que sería la farándula o espectáculos. Sigue en frecuencia de mención la política cultural en un siete punto ocho por ciento. Se aprecia sin embargo una abismal entre las menciones de estas dos. Los cuarenta y ocho temas restantes se diluyen en la mitad del porcentaje que queda.

- El tema científico-tecnológico más frecuente resultó ser Nuevas tecnologías de la comunicación. Este dato es entendible si tenemos presente que cada diario cuenta con secciones y/o suplementos especializados en electrónica e informática. Sin embargo, la perspectiva desde la cual se publican las notas en esas secciones más que tecnológica, es propiamente comercial y de promoción y venta de accesorios electrónicos novedosos, con el propósito de que el lector sea usuario de los mismos en los ámbitos doméstico, laboral y de esparcimiento.
- Prácticamente la información científica-tecnológica se refiere a zonas geográficas ajenas a la Zona Metropolitana de Guadalajara, e inclusive al país y es captada casi siempre a partir de boletines de agencias o colaboraciones externas. Por tanto es casi inexistente la práctica de un periodismo científico en la ciudad y mucho más raro es encontrar productos de periodismo de investigación científica. Aún hay mucho por desarrollar entre el gremio de periodistas especializados en cuanto a difusión de la ciencia y la cultura se refiere.
- Las fuentes informativas que se identificaron en la cobertura en estudio se clasificaron en tres categorías: periodistas, agencias informativas y no especificado (N/E). El rubro de periodistas fue el más abundante, suma el cincuenta y seis por ciento; No especificado representa el cuarenta y un por ciento y las agencias de noticias apenas un tres por ciento. La categoría N/E incluyó a aquellas notas de algunos diarios como El Informador en las que no se reconoce públicamente a los periodistas; las notas provenientes de agencias de noticias que no son reconocidas por los mismos diarios al no otorgarles su crédito.
- En cuanto a la tarea de los periodistas, por lo general y de acuerdo a los datos, consiste principalmente en atender las fuentes de información ya

establecidas: boletines y ruedas de prensa, declaraciones y entrevistas concertadas que por lo general su finalidad es la promoción o difusión de algún evento de actualidad, para narrar los acontecimientos noticiosos del día. Así encontramos prácticamente que se cubren los mismos acontecimientos noticiosos en los tres diarios. Se distinguen entre sí por los formatos y diseños editoriales específicos y característicos de cada uno y por la editorialización que ellos hacen de las noticias. Los casos analizados en este trabajo dan cuenta de que las notas contienen cierto grado de opinión o postura del medio frente a cierto acontecimiento o actor social en cuestión. Existen también los colaboradores especializados quienes por lo general cuentan con columnas de opinión. Ahí y a título personal con la autoridad que les da el prestigio profesional que tienen, realizan críticas agudas en torno a ciertos acontecimientos o declaraciones de actores públicos. Su presencia en las páginas periodísticas ayuda y apoya la legitimación, prestigio e identidad que las propias instituciones informativas tienen en lo referente a ser fuentes informativas de opinión confiables.

- Los resultados de la descripción del periodismo científico-tecnológico y cultural que aquí se presentan indican la complejidad y dinamismo del objeto de estudio.
- El análisis de contenido permitió identificar ciertos valores noticiosos en el tratamiento de la información por los tres diarios de la cobertura estudiada. Sin embargo, se reconoce que los resultados del análisis de los datos son limitados en el sentido de que el manejo único del análisis de contenido como herramienta teórico-metodológica no permite determinar las causas institucionales, burocráticas y/o profesionales que originaron la naturaleza de las dos coberturas en cuestión. Sería para ello necesario complementar con otros estudios de campo como es la observación participante o entrevistas a aquellos posibles involucrados en el proceso de la producción de las noticias. Esta última fase, aunque contemplada en el origen del trabajo, rebasó debido al trabajo y al tiempo que ésta implica, los límites de mis capacidades personales para ser realizada.
- Esta primera mirada al mundo del periodismo especializado en ciencia-tecnología y cultura descubre la necesidad de realizar otras aproximaciones,

desde otros ángulos epistemológicos y el uso de otras herramientas metodológicas que ayuden a entender los mecanismos de los propios medios de comunicación para establecer la agenda pública, la ventana desde dónde se mira el mundo científico-tecnológico y cultural en nuestra ciudad.

▪ Referencias bibliográficas

- AGUINAGA, Enrique de (2000), Nuevo concepto de redacción periodística, en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, num. 6 Universidad Complutense, Facultad de Ciencias de la Información. Madrid, España.
- AGULAR PLATA, Blanca (1977) Aproximación al estudio de la prensa diaria mexicana en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales* No. 23, México.
- ALONSO, Andoni, Carmen GALAN, Ed. (2004), *La tecnociencia y su divulgación: un enfoque transdisciplinar*, Anthropos, España
- ALSINA, Miquel Rodrigo (1989), *La construcción de la noticia*, Paidós, España.
- ALUJAS FARAUDO, Anna (2000) *Reporte de experiencia profesional en el área de publicidad de un periódico local*. Reporte profesional de licenciatura en Administración, Área Mercadotecnia. ITESO.
- ANDION GAMBOA, Eduardo (1999), El periodismo, la información y la difusión de la cultura en *Educación y Comunicación. Anuario de Investigación*. V.1 México.
- ARÉVALO ZAMUNIO, Javier (1985), Divulgación de la ciencia y la tecnología. Una línea prioritaria de acción en *COSNET: La divulgación de la tecnología y la ciencia*, COSNET/SEP, México
- (entrevista) (1990) *Urge una especialización en periodismo científico*, en *Revista Mexicana de Comunicación*, no. 11, México
- BELLON CARDENAS, Raquel Elizabeth y Andrés Alberto KROEPLY AHUMADA (1996), *Mediaciones en la práctica del periodismo cultural. El caso de los editores de suplementos culturales en los diarios de Guadalajara*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, TESO, Guadalajara.
- BENET MARSA, Nuria (1979), *Estudio descriptivo basado en el análisis de contenido de la comunicación científica de 1977 aparecidos en 8 periódicos de cobertura nacional originados en el DF, desde el punto de vista de la orientación de las noticias, ya sea dirigida hacia la reseña de acontecimientos concretos o bien hacia el tratamiento analítico o interpretativo de algún tema científico de mayor amplitud*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Universidad Iberoamericana, México.
- BERELSON, Bernard, Ole R. HOLSTI, Werner ACKERMANN (1984), *Análisis de contenido*, UNAM, México
- BERGER, Peter L., Luckmann, Thomas (2003), *La construcción social de la realidad*, Amorrortu, Buenos Aires, Argentina.
- BERRUECOS V. María de Lourdes (1995), La producción discursiva de la ciencia en *Argumentos, estudios críticos de la sociedad* No. 23, UAM Xochimilco, México.
- (1998), *Análisis del discurso y divulgación de la ciencia en Argumentos, estudios críticos de la sociedad* No. 29, UAM Xochimilco, México
- BERUMEN CASTRO, Sofía Edith (2000), *La divulgación científica como comunicación*. Tesis, Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. ITESO.

- BRISEÑO URIBE, Hilda Flor y Milena HERNÁNDEZ KURET (2000), *Las Bellas Artes en la prensa local de Guadalajara: Análisis Descriptivo 1997-1998*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. ITESO.
- CADENA FLORES, Angelina (1990) *La censura en el periodismo cultural*. Tesis de licenciatura. Universidad Intercontinental, México.
- CALLEJA BELLO, María Eugenia. (1988) *Situación actual del periodismo cultural en México*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Universidad Intercontinental, México.
- CALVO HERNANDO, Manuel (1977) *Periodismo científico*, Paraninfo, Madrid, España.
- CASAS PÉREZ, María de la luz, Políticas de comunicación y lógicas de producción, en *Versión 12*, UAM-X, México
- COLE, Richard R. (1972), *The mass media of Mexico. Ownership and Control*. Tesis de maestría de la Universidad de Minnesota, EUA.
- CERVANTES BARBA, Cecilia (1996), Construcción Primaria del acontecer y planeación de la cobertura informativa: propuesta metodológica para su estudio, en *Comunicación y Sociedad*, num. 28, septiembre-diciembre, DECS- Universidad de Guadalajara.
- (1996). Valores noticiosos en el periodismo televisivo de nota roja: búsqueda articulada de indicadores empíricos, en *Comunicación y Sociedad*, num. 25-26 septiembre 1995-abril 1996. DECS –Universidad de Guadalajara, México.
- (1996), Especificidad en el análisis de contenido de noticiarios televisivos locales, en *Anuario CONEICC de investigación de la comunicación III*, Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, México.
- (1999), La sociología de las noticias como vía para renovar la investigación en la línea de agenda-setting: revisión de interpretaciones en *Comunicación y Sociedad*, num. 36, julio-diciembre DECS –Universidad de Guadalajara.
- (2005): "El estudio de los productores de noticias: desarrollo internacional y avances de investigación en México" en LOZANO RENDÓN, José Carlos (Edit). *La comunicación en México: Diagnósticos, balances y retos*. CONEICC /ITESM-Monterrey. Monterrey
- CHIMAL, Carlos (2004), *Armonía y saber: en busc de la idea estética de la ciencia*, Tusquets, México
- CRUZ MENA, JAVIER (2002), Periodismo de ciencia en Internet. Hacia la cumbre del entendimiento, en ISLAS, GUTIÉRREZ, ALBARRÁN DE ALBA, CAMARENA Y FUENTES BERAIN (Coords.) *Explorando el ciberperiodismo iberoamericano*, ITESM/CECSA, México
- CUÉLLAR DÍAZ, Scarlett (2002), *El periodismo científico dentro del Instituto Mexicano del Petróleo, Informe de servicio social*. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Universidad del Valle de México, Plantel San Rafael, México.
- DE FLEUR, Melvin L, S.J. BALL-ROKEACH (1982), *Teorías de la comunicación de masas*. Paidós, México.
- DRUCKER COLÍN, René (comp.) (1999), *Galería científica mexicana*, La Jornada, México

- EGUIARTE ALCALÁ, Erika (2001), *El color, un recurso de comunicación visual en el periódico Público*. Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación. ITESO.
- ELÍAS, Carlos, (2003) *La ciencia a través del periodismo*. Nivel, España.
- ESTRADA, Luis (1985), La divulgación de la ciencia, en *COSNET: la divulgación de la tecnología y la ciencia*, México
- FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Fátima (1985), Televisa en la Universidad Nacional Autónoma de México, en TREJO (coord): *Televisa, el quinto poder*, Claves Latinoamericanas, México
- FERNÁNDEZ MUERZA, Alex (2001) Algunos apuntes sobre divulgación y periodismo científico, en *El Escéptico digital*, número 31 www.divulcat.com
- FUENTES NAVARRO, Raúl (1988), *La investigación de la comunicación en México. Sistematización documental, 1956-1986*, Ediciones de Comunicación, México.
- (1996), *La investigación de la comunicación en México. Sistematización documental, 1986-1994*, UDG/ITESO, México.
- (2003) *La investigación académica sobre comunicación en México. Sistematización documental 1995-2001*, UDG/ITESO, México.
- GALAN VILLEGAS, Verónica (1996) *Las tendencias en el contenido de Ciencia y Desarrollo: análisis cuantitativo del periodo 1990-1995*. Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación. ITESO.
- GARCÍA SANTANA, Paulina María, y Itziar Lanzagorta Ochoa (2006) *Cobertura y representaciones sobre el suicidio: los casos de Público y Mural (Diciembre 2004-mayo 2005)* Tesis de licenciatura en Ciencias de la comunicación. ITESO.
- GARRIDO, Felipe, (1996) *Luz y sombra. Los inicios del cine en la prensa de la ciudad de México*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.
- GÓMEZ MOLINA, Hilda Karina, Gabriela NAVARRO ÁLVAREZ (2002), Índice de revistas culturales de Guadalajara eide 1970 al 2000. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, ITESO.
- GONZALEZ CASANOVA, Enrique (1965) El futuro de los medios de información relacionado con la formación universitaria de los periodistas en *Revista de Ciencias Políticas y Sociales*, enero-marzo, México.
- GONZALEZ, Jorge A., (1986) *Cultura(s)*, Universidad de Colima, Colima; Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco.
- GONZÁLEZ MOLINA, Gabriel (1986) Valores noticiosos. Programa culturas contemporáneas, en *Avances de investigación*, no. 3, Centro Universitario de Investigaciones Sociales, Universidad de Colima, Colima.
- (1990), *La profesión de periodista en Televisa: una encrucijada de valores noticiosos*. Ponencia.
- GUERRA, Francisco (1978), La comunicación de las ideas médicas en México colonial, en *Cuadernos de Comunicación* no. 32-33, México
- HESTER Albert & Richard COLE (1974), *Mass Communication in Mexico*, en Memoria de seminario México
- JIMÉNEZ, Gilberto (1982), *Para una concepción semiótica*, en el Encuentro Nacional Sociedad y Culturas Populares, México.

- JIMÉNEZ DE OTTALENGO, Regina (1974), Un periódico mexicano, su situación actual y sus fuentes de información (una ilustración de la Teoría de la Dependencia en el ámbito de la comunicación), en *Revista Mexicana de Sociología* vol. 36, no. 4, IIS UNAM, México.
- LOCKE, David (1997), *La ciencia como escritura*, Cátedra, Madrid, España
- LOPEZ ARGOYTIA, Laura, *El documental artístico como parte del periodismo cultural*. Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Escuela de Periodismo Carlos Septién García, México, 1994.
- LÓPEZ BELTRÁN, Carlos (1985) La creatividad en la divulgación de la ciencia. La recreación del mensaje científico, en *La divulgación de la tecnología y la ciencia*, Secretaría de Educación Pública, México.
- HARO, Sebastián (2005)¿Comunicación o promoción de la ciencia?, en *Portal Divulcat.com* <http://www.cociente.net/periodismo-cientifico/sebastian-haro-periodismo-cientifico-comunicacion-o-prmociion-de-la-ciencia.htm>
- HERNÁNDEZ BARBA, Alfonso, y Edgar Villalpando (1987) La comunicación pública de la ciencia y la tecnología en *Reglones* no. 7. ITESO, Guadalajara.
- HUERTA, María de los Ángeles, (2004) Análisis de la investigación académica sobre medios de comunicación realizada en México de 1994 a 2003, en *Anuario CONEICC de Investigación de la Comunicación* No. XI. Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación. México.
- JIMÉNEZ DE Ottalengo, Regina (1974), Un periódico mexicano, su situación actual y sus fuentes de información (Una ilustración de la Teoría de la Dependencia en el ámbito de la comunicación) en *Revista Mexicana de Sociología* Vol. 36 No. 4, UNAM, México
- KRIPPENDORFF, Klaus (1990). *Metodología de análisis de contenido: Teoría y Práctica*. Paidós Ibérica, España.
- LÓPEZ ARGOITIA, Laura (1994), *El documental artístico como parte del periodismo cultural*, Tesis de licenciatura escuela de Periodismo Carlos Septién García, México
- LÓPEZ BELTRÁN, Carlos (1985), La creatividad en la divulgación de la ciencia. La recreación del mensaje científico, en *La divulgación de la tecnología y la ciencia*, México
- LOZANO RENDÓN, José Carlos (1993) Fuentes y versiones gubernamentales en la prensa mexicana: la cobertura del ataque a la aduana de Nuevo Laredo en EL Norte de Monterrey, en *Comunicación y Sociedad*, núm. 18-19, mayo-diciembre 1993 DECS- Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- (1994) Hacia la reconsideración del análisis de contenido en la investigación de los mensajes comunicacionales, en CERVANTES y SANCHEZ RUIZ (coord.) *Investigar la comunicación: propuestas iberoamericanas*, CEIC Universidad de Guadalajara /ALAIC, Guadalajara.
- (1995) Oferta y recepción de televisión extranjera en México, en *Comunicación y Sociedad*, núm. 25-26 septiembre 1995-abril 1996 DECS- Universidad de Guadalajara.

- MAISTERRA BRU, María (2002) *Análisis de contenido de las campañas políticas del proceso electoral de Jalisco 2000*. Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación. ITESO.
- MATTELART, Armand y Michèle (1997) *Historia de las Teorías de la Comunicación*. Paidós, España.
- MARTÍNEZ MORALES, Manuel (1997), *La ciencia desde el Macuitépetl*, Universidad Veracruzana, Jalapa, México.
- MARTÍNEZ, Omar Raúl (1993), Periodismo cultural, entre Dios y el diablo, en *Revista Mexicana de comunicación* no. 31, México.
- MCCOMBS, Maxwell (2004) *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*. Polity Press. Cambridge, England
- MCQUAIL, Denis (1972), *Sociología de los medios de comunicación*. Paidós, Argentina.
- MIJARES Malena (2000), Radio UNAM: Una opción en el cuadrante en SOLÍS (Coord.): *Los medios públicos de comunicación en el marco de la reforma del Estado en México*. Comisión de RTC LVII Legislatura de la Cámara de Diputados / Fundación Konrad Adenauer / UNESCO / CONEICC / UIA / FELAFACS/ UAM / AMEDI. México.
- MIQUEL RENDÓN, ángel, Comp. (1992), *Los exaltados: antología de escritos sobre cine en periódicos y revistas de la ciudad de México, 1896-1929*, U de G., Centro de Investigación y Enseñanza Cinematográfica, Guadalajara, México.
- MONSIVAIS, Carlos (2004), Del periodismo cultural en *Etcétera 40*, Análisis, Ediciones y Cultura, México.
- MOSHINSKY, Marcos (2000), *Obras: reflexiones sobre educación, ciencia y sociedad, 1976-2000*, El Colegio Nacional, México
- MUSSACCHIO, Humberto (1993), Primeros pasos del periodismo cultural, en *Revista Mexicana de Comunicación*, no. 32, México
- NAVARRO RODRÍGUEZ, Fidela (2004) Un planteamiento antropológico, un acercamiento al método etnográfico y una perspectiva profesional para reflexionar acerca de la cultura y los periódicos en México, en *Sala de prensa 64*, año V, vol. 2 <http://www.saladeprensa.org/art529.htm-103k>
- NAVARRO WESTPHAL, Ana Mariza (2005) *La construcción del imaginario social de cultura a partir de las prácticas del Instituto Cultural de León y el periódico A.M.* Tesis de Maestría en Comunicación con Especialidad en Difusión de la Ciencia y la Cultura. ITESO.
- OCAÑA, Lucila (2000), Ciencia y tecnología. Los múltiples senderos de la intolerancia en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales* No. 179, UNAM, México
- OCHOA OCAMPO, Moisés (1968), reseña *histórica del periodismo mexicano*, Editorial, México.
- PADILLA DE LA TORRE, María Rebeca (1990) *La difusión cultural en Aguascalientes: diagnóstico situacional y propuesta de una alternativa*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Universidad Autónoma de Aguascalientes.

- PASILLAS PINEDA, Jorge Antonio (1998), *La cultura y los medios de comunicación en Aguascalientes*, Gobierno del Estado de Aguascalientes, Aguascalientes, México
- PIÑUEL RAIGADA, José Luis (2002) Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido en *Estudios de Sociolingüística*, no. 3. Universidad Complutense de Madrid, España.
- PICCINI, Mabel (1991) “Lo que dijo la prensa: Imagen periodística del II Festival”, en García Canclini, Néstor (Ed.) *Públicos de arte y política cultural. Un estudio del II Festival de la Ciudad de México*. INAH-SEP / Ciudad de México / UAM-X /UAM-Iztapalapa, México.
- PUENTE SANTAMARINA, Cecilia (1978), *El concepto de cultura implícito en los suplementos culturales de los principales diarios del DF*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Información. Universidad Iberoamericana, México.
- RÉGULES RUIZ-FUNES, Sergio de (2003), *Las orejas de Saturno y otras crónicas de la ciencia*, Paidós, México.
- RÍO LUGO, Norma del (coord.), *La producción textual del discurso científico*, UAM-X, México
- RIO REYNAGA, Julio del, El reportaje: el género periodístico del siglo XX, en *Revista de Ciencias Políticas y Sociales*, octubre-diciembre, México
- RIVERA AVILÉS, Verónica (1999) *La falta de divulgación del periodismo científico en la televisión abierta mexicana* Tesis de Licenciatura en Periodismo. Escuela de Periodismo Carlos Septién García, México
- RIVERA, Jorge B. (1995), *El periodismo cultural*, Paidós, Buenos Aires, Argentina.
- ROCHA GUTIERREZ, Mercedes, Ana Liliana TORICES ZAVLA Y José Alejandro VERDÍN GARCÍA (1995), *La necesidad de profundizar el periodismo científico en la prensa escrita*. Tesis de Licenciatura en Periodismo. Escuela de Periodismo Carlos Septién García, México.
- RODRIGUEZ MUÑOZ, Blanca Patricia, AnaMaida VIZCAINO CERVANTES y José Edgar VILLALPANDO AGUILAR (1989) *La Comunicación Masiva de la Ciencia y la Tecnología*. Tesis de licenciatura de Ciencias de la Comunicación. ITESO.
- RODRÍGUEZ SALA, María Luisa (1988), Aspectos psico-lingüísticos en la comunicación en la ciencia en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales* No 131, México
- RUIZ CASTAÑEDA, María del Carmen (1958), El periodismo y la Revolución mexicana en *Revista de Ciencias Políticas y Sociales*, oct-dic., México.
- (1982), El periodismo como apoyo de la literatura, en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales* No. 109, UNAM, México.
- RIVERA, Jorge B.(1995), *El periodismo cultural*, Paidós, Argentina
- SAINZ, Gustavo (1976), La comunicación especializada: ciencia y poesía, en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, No. 86-87, México
- SALDAÑA GUTIÉRREZ, Lucía (2003) *Periodismo científico y la divulgación de la ciencia en México*. Tesis de Licenciatura en Periodismo. Escuela de Periodismo Carlos Septién García, México.

- SÁNCHEZ MORA, Ana María (1998), *La divulgación de la ciencia como literatura*, UNAM/ Fondo de Cultura Económica, México.
- SEMANA DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA DE LA UJAT 1994: *Memorias*
- SERRANO, Manuel Martín (1977), *La mediación social*, Akal, España.
- TAPIA ORTEGA, Francisco (1981), Difusión cultural y periodismo, según Gustavo Sainz, en *Connotaciones* no. 1, México
- TORRE, Federico de la (2000) Prensa científica en Guadalajara en el siglo XIX en DEL PALACIO MONTIEL (Comp.): *Historia de la prensa en Iberoamérica*. Altexto: UdeG / UdeCol / UdeGto / ColMich. Guadalajara, México.
- TOUSSAINT, Florence (coord.) (1985) *Experiencias de la divulgación de tecnología y ciencia en México*, Consejo del Sistema Nacional de Educación Tecnológica, México.
- (1986) Televisa, una semana de programación. ¿Mente sana en cuerpo sano?, en TREJO (coord.): *Televisa, el quinto poder*, Claves Latinoamericanas, México
- TREJO DELARBRE, Raúl (1996), Prensa: el postrero lugar de la cultura, en VV.AA.: *la cultura en los medios de comunicación* Instituto de Educación de Aguascalientes (Aprendamos), Aguascalientes, México
- TRUEBA MENDOZA, María de Lourdes (2004) *Dieciocho años del proyecto de radio a las nueve con Usted*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. ITESO.
- TUCHMAN, G. (1983), *La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad*, G.Gili, México.
- VALDIEZO SCHLOMP, Elena (2002) *Funciones y características de la fotografía de prensa de la primera plana en el periódico Público*. Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación. ITESO.
- VÁZQUEZ E, Marco Antonio, La UNAM por TV: difusión de la cultura y apoyo a las instituciones, en *Antena 6*, México
- VALEK, Gloria (1998), Las nuevas tecnologías de la información y el papel que desempeña la divulgación de la ciencia y la técnica, Un acercamiento en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales* No. 171, México.
- VÉLEZ ARETIA, Héctor, Radiodifusión regional y difusión de la cultura, en *En la radio permissionada en México: el caso de Hidalgo*, México.
- VILLA, María J. (1998) Periodismo cultural. Reflexiones y aproximaciones, en *Revista Latina de Comunicación Social*, número 6, La laguna (Tenerife). <http://www.lazarillo.com/latina/a/83mjv.tm>
- (2000) Una aproximación teórica al periodismo cultural, en *Revista Latina de Comunicación Social*, número 35, La laguna (Tenerife). <http://www.ull.es/publicaciones/latina/argentina2000/09villa.htm>
- VIZCAINO COOK, Antonieta (1986), *Una visión sobre la divulgación de tecnología y ciencia para niños*. Serie Comunicación, Educación y Tecnología. Secretaría de Educación Pública, México.
- WOLF, Mauro (1994), *La investigación de la comunicación de masas: crítica y perspectivas*, Paidós, México.
- Ytuarte Nuñez, Claudia (2000), Principales rasgos culturales del periodismo y la prensa mexicana en DEL PALACIO MONTIEL (Comp.): *Historia de la*

prensa en Iberoamérica altexto: UdeG / UdeCol / UdeGto / ColMich, Guadalajara, México.

ZAMARRON, Guadalupe (1985), La ciencia por televisión. ¿Una imagen vale más que mil palabras? en *La divulgación de la tecnología y la ciencia*. Serie Comunicación, Educación y Tecnología. Secretaría de Educación Pública, México.

Bases de datos y páginas Web

<http://docu.gdl.iteso.mx/ccdoc/cat.aspx>

<http://148.201.94.8/coneicc/cat.aspx>

<http://www.lazarillo.com/latina/a/83mjv.tm>

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/argentina2000/09villa.htm>

<http://www.cociente.net/periodismo-cientifico/sebastian-haro-periodismo-cientifico-comunicaion-o-prmocion-de-la-ciencia.htm>

<http://www.saladeprensa.org/art529.htm-103k>

www.divulcat.com

Anexo 1: Hoja de registro

DIARIO _____	FECHA _____
Sup. Periód. _____ cm2	Sup. Supl. _____ cm2
SUP. TEXTO _____ cm2	SUP. IMAGEN _____ cm2
Sup. Total _____ cm2	
SUP. TOTAL _____ cm2	

P. Cult. _____ P. Cient. _____ Dif. / even. Cult. _____ Dif. / even. Cient. _____

UBICACIÓN:

Primera Plana *Encabezado* Si ___ No ___ Sección _____ *Encabezado* Si ___ No ___

Pag. _____ Suplemento *Encabezado* Si _____ No _____ Pág. _____

GÉNERO:

Nota Informativa _____ Crónica _____ Reportaje _____ Entrevista _____ Editorial _____

Inserto _____

LOCACIONES:

Origen de la nota _____ N/E _____

Lugar de referencia _____ N/E _____

TEMÁTICA: Tema _____ Sub-tema _____

TRATAMIENTO: Positivo _____ Neutral _____ Negativo _____

EDITORIALIZACIÓN (Frases textuales)

ACTORES (individual o colectivo)

Actor 1 _____

Tratamiento: Positivo _____ Neutral _____ Negativo _____

Actor 2 _____

Tratamiento: Positivo _____ Neutral _____ Negativo _____

Actor 3 _____

Tratamiento: Positivo _____ Neutral _____ Negativo _____

Actor 4 _____

Tratamiento: Positivo _____ Neutral _____ Negativo _____

Sujeto que editorializa

Anexo 2: Listado de códigos

CULTURA	CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Patrimonio cultural	Ciencia
<ul style="list-style-type: none"> • Arqueología 	<ul style="list-style-type: none"> • Física
<ul style="list-style-type: none"> • Arte popular 	<ul style="list-style-type: none"> • Astronomía
<ul style="list-style-type: none"> • Bellas artes <ul style="list-style-type: none"> ○ Creación (Literatura) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ecología
<ul style="list-style-type: none"> ○ Feria Internacional de Arte Contemporáneo ARCO 2005 	<ul style="list-style-type: none"> • Oceanografía
<ul style="list-style-type: none"> • Música contemporánea 	<ul style="list-style-type: none"> • Paleontología
<ul style="list-style-type: none"> • Diversidad cultural 	<ul style="list-style-type: none"> • Zoología <ul style="list-style-type: none"> ○ Taxidermia
Historia	
Ocio y tiempo libre	Tecnología
<ul style="list-style-type: none"> • Industria cultural <ul style="list-style-type: none"> ○ Medios de Comunicación ○ Instituciones de Difusión cultural –Directorio <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cartelera 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo tecnológico <ul style="list-style-type: none"> ○ Robótica ○ Informática
	Tecnología y sociedad
Prácticas culturales	<ul style="list-style-type: none"> • Industria agropecuaria
<ul style="list-style-type: none"> • Humor 	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniería sanitaria
<ul style="list-style-type: none"> • Política Cultural <ul style="list-style-type: none"> ○ Vida pública 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevas tecnologías de la comunicación <ul style="list-style-type: none"> ○ Negocios por internet
<ul style="list-style-type: none"> • Turismo 	Política científica y tecnológica
<ul style="list-style-type: none"> • Pacifismo 	
	Biología
Desarrollo profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Genética <ul style="list-style-type: none"> ○ Avances médicos <ul style="list-style-type: none"> ▪ Salud
<ul style="list-style-type: none"> • Psicología 	
<ul style="list-style-type: none"> • Ética 	

