

Universidad Nacional de La Matanza

Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

Código: 55 A160

Título del Proyecto: “Factores de influencia y los actores participantes en la construcción de información pública”

Programa de Investigación: PROINCE

Director del Proyecto: Dra. Amado Suárez, Adriana

Integrantes del Proyecto: Arroyo, Adrián, Bongioavanni, Maximiliano, Burlando Páez, Alejandro, Gauna Christian, Ortner, Maximiliano, Valencia, Oscar, Vara, Carla.

Fecha de inicio: 2012/01/01

Fecha de finalización: 2013/12/31

Resumen:

Este proyecto se ocupó de investigar los actores que participan en la construcción de la información, especialmente en lo que hace a la interacción de los periodistas y áreas de RRPP, partiendo del supuesto de que el conocimiento del proceso de producción noticiosa es necesario para mejorar las acciones de prensa y aportar a la calidad de la información. Los resultados de la investigación ofrecen un perfil de los periodistas argentinos y sus factores de influencia, dato central para la elaboración de estrategias de acción de las RRPP en las noticias. La investigación representó el capítulo correspondiente a Argentina de la encuesta mundial de la red “Worlds of Journalism” que se aplicó en el mismo período en 80 países de todo el mundo a través de unidades académicas equivalentes.

Por su encuadre metodológico, la investigación consiste en la elaboración, administración y análisis de una encuesta a un grupo profesional realizada a través de cuestionario estructurado a informantes seleccionados en organizaciones productoras de noticias, clasificadas en función de tipo de medio y su alcance (local/regional).

La indagación en la cultura periodística a partir de una encuesta global ofrece datos a partir de los cuales se podrá dimensionar la interacción de los periodistas con sus fuentes y evaluar la influencia que tienen las RRPP en las noticias. El análisis de estos datos junto con otras variables concomitantes podrá establecer en futuras investigaciones un nuevo modelo de producción

informativa que reconozca la gestión de los relacionistas públicos como un actor más en la construcción noticiosa.

Palabras claves: Relaciones Públicas, Periodistas, Prensa, Noticias, Comunicación

Área de conocimiento: 4600

Código de Área de Conocimiento: 4600

Disciplina: 4601

Código de Disciplina: 4601

Campo de Aplicación: 4699

Código de Campo de Aplicación: 4699

Otras dependencias de la UNLaM que intervinieron en el Proyecto:
Ninguna

Otras instituciones intervinientes en el Proyecto: Ninguna

Otros proyectos con los que se relaciona:

Universidad Nacional de La Matanza, Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales, Código: 55 A174, Título del Proyecto: “Factores y acciones de prensa: incidencia de las Relaciones Públicas en la agenda mediática”
Programa de Investigación: PROINCE, Director del Proyecto: Dra. Amado Suárez, Adriana, Integrantes del Proyecto: Amado Suárez, Adriana, Loiacono, Emiliano, Macaluse, Pilar, Martínez, Valeria, Patanelli, Florencia, Pizzolo, Natalia. Fecha de inicio: 2013/01/01, Fecha de finalización: 2014/12/31.

A fines de 2013 se presentó la continuidad del proyecto bajo el nombre, “Fuentes y acciones de prensa: Relaciones Públicas, la agenda mediática y la construcción de la información pública”, con el objetivo de analizar en profundidad los datos obtenidos en los proyectos 160 y 174 de manera integrada y ofrecer análisis que pongan en relación los datos de ambos proyectos. A la fecha de elaboración de este informe estaba en proceso de evaluación externa.

Resumen:

Titulo del proyecto: “Factores de influencia y actores participantes en la construcción de la información pública”.

La investigación tuvo como objetivo estudiar la acción de las relaciones públicas dentro del trabajo de la construcción de la información, para la cual se planteó como punto de partida el estudio de las condiciones en que el periodismo desarrolla su tarea de modo de entender la relación que existe entre la información publicada y el actor que construye esa información. Los estudios de periodismo son prácticamente inexistentes en Argentina, y en la mayoría de los casos no fueron desarrollados desde la perspectiva de la comunicación pública, para entender qué rol cumple en el proceso y cómo interactúa con los relacionistas públicos.

Para tal fin se aplicó una metodología cuantitativa basada en la aplicación de una encuesta confeccionada por un grupo de investigadores que pertenecen a un estudio mundial llamado “World of Journalism”. La encuesta global tuvo agregados para el caso de Argentina para profundizar los aspectos de la interacción del periodismo con las RRPP. El equipo de investigadores tuvo que desarrollar y elaborar la muestra de análisis en todo el país. La encuesta global tiene el objetivo de realizar un relevamiento comparativo de las condiciones de producción de noticias, paso previo para establecer el papel importante que cumplen los agentes de prensa en la construcción de la agenda mediática. Es importante señalar que indagar sobre la cultura periodística a partir de una encuesta global brindó obtener datos comparativos que permiten inscribir la Argentina en un mapa mundial de los estudios de periodismo. Adicionalmente ofrecen datos para determinar la influencia que tienen las relaciones públicas en el trabajo periodístico, que confirma el presupuesto del que se partió de que existe un modelo de producción informativa en el que la gestión de los profesionales de las RRPP son un actor central en la construcción noticiosa.

Palabras claves: Relaciones Públicas, Periodistas, Prensa, Fuentes.

-Introducción:

- **Selección del Tema**

El objetivo de la investigación ha sido indagar acerca de las reales influencias que tienen las noticias e identificar los actores que intervienen en su producción, principalmente que participación tienen periodistas y relacionistas públicos.

La comunicación pública circula en gran medida a través de los medios de comunicación, canales dominantes entre los emisores y sus públicos. Una de las tareas centrales de las relaciones públicas ha sido la gestión de prensa, por la cual se vehiculiza información institucional a los medios para su difusión. Desde la década del '60 se desarrollan estudios para analizar ese punto de intersección de las dos actividades profesionales de los periodistas y los relacionistas, especialmente desde los marcos teóricos de *Newsmaking* (producción noticiosa); *Gatekeeper* (Teoría de la selección); de *Agenda-Setting* y *Framing* (Agenda y enmarcado).

Estos estudios confirman la necesidad de contar con un perfil de la labor periodística para orientar la acción de prensa, como establecen los manuales dirigidos a la gestión de esta herramienta de comunicación (Amado, 2010b). La problemática específica de la relación periodistas y jefes de prensa también ha merecido una iniciativa específica de la sociedad civil, "Preguntar al poder", desarrollado con el apoyo de la Fundación Konrad Adenauer. El programa ha producido una publicación específica sobre el tema en el caso de la relación periodistas y agentes de relaciones públicas gubernamentales (Schmidt Liermann y Lavalle, 2009).

Varias investigaciones han demostrado fehacientemente la creciente participación de los departamentos y agencias de relaciones públicas en establecer temas y contenidos de la información, frente a una retracción por parte de los periodistas (Sigal, 1973; Ramírez, 1995; Rolke, 2002).

El relevamiento de antecedentes muestra que solo una universidad local ha indagado sobre estos factores, y no existen otros estudios en esta línea en otras Facultades en Argentina, a pesar de que se trata de la línea de investigación más sólida en el campo de la comunicación. De hecho, los estudios de la producción de la noticia y de la *agenda setting* son las líneas de

investigación con más publicaciones científicas, y su vigencia se renueva con numerosos trabajos que las confirman como las líneas de investigación más productivas a nivel mundial (Castells, 2009).

- **Definición del Problema**

El objeto de estudio que se propone debe ser contextualizado en la trayectoria particular que ha tenido el campo en Argentina. El abordaje de los estudios de comunicación se realiza desde varios modelos que responden a distintos momentos históricos. Al modelo ideologizado de la prensa de opinión del siglo XIX siguió el modelo de la hegemonía de los medios audiovisuales del siglo XX, hoy en redefinición por la difusión de las nuevas tecnologías de la comunicación.

Junto con ellos, se fue conformando un modelo que desde fines de la década de 1970 se reconoce como el modelo de las relaciones públicas (o comunicación) generalizadas, en el que los Estados, empresas y organizaciones de la sociedad civil han ido perfeccionando técnicas de comunicación que les permiten participar activamente en el sistema de medios. Tal como postula Bernard Miège (2007), la gestión de la comunicación “se ha implantado profundamente en las relaciones sociales, y en su nombre se despliega un arsenal de iniciativas y campañas que ha creado su propio espacio entre las actividades comerciales, las de gestión y –sobre todo y casi siempre– las de decisión”. Como plantea este especialista, todos estos desplazamientos de la esfera mediática ya no permiten trazar una separación rigurosa entre los medios tradicionales y los nuevos, ni entre las técnicas de la información y las de comunicación.

La división entre periodismo y relaciones públicas se mantiene en la enseñanza por tradición, aunque en los últimos años se entiende que los objetos de estudio no están tajantemente separados sino que demandan un abordaje pluridisciplinar. Una de las consecuencias de las transformaciones que han tenido los medios es que buena parte de sus contenidos se decide y produce fuera de ellos, aspecto señalado como central en la investigación en comunicación por el reconocido sociólogo Manuel Castells en su última obra (2009:143). Cada vez son más las organizaciones privadas, públicas y de la

sociedad civil que desarrollan información con una especificidad y volumen que pocos medios pueden equiparar.

En este nuevo escenario, los medios ya no producen información de manera aislada, ni son los exclusivos gestores de la noticia sino que se asume que mantienen vínculos estables que mantienen con agentes que intermedian entre las fuentes y los periodistas. La función de difusión de los actores sociales hacia los medios de comunicación recae en el área de prensa y en agencias de relaciones públicas que se encargan de proveer información a las redacciones. Estas áreas son consideradas fuentes profesionales, equiparables a las agencias de noticias tradicionales, en tanto comparten con los periodistas “saberes, prácticas, géneros y estilos comunicativos” (Amado, 2011b).

El especialista alemán Lothar Rolke plantea que periodistas y relacionistas mantienen una relación de “cooperación antagónica” que funciona cuando ganan ambos, pero que no excluye que alguno pueda perder en algún momento. Lo ideal sería que el vínculo pudiera definirse como “interreficación”, esto es, una “dependencia y fertilización recíproca entre RRPP y periodismo” (Rolke, 2002:375), como ocurre cuando buena parte de lo publicado proviene de la información producida por las fuentes. Rolke cita algunas investigaciones que indicaban que el 70% de la actividad informativa provenía del trabajo de las relaciones públicas, porcentaje que ha sido confirmado por los trabajos que analizaron la influencia de las fuentes y las oficinas de prensa en las noticias.

El trabajo de Leon Sigal (1973) sobre los diarios The New York Times y Washington Post demostró que el 78% de las noticias se basaba sobre fuentes oficiales. Un estudio más reciente sobre cuatro diarios de calidad ingleses concluyó que el 80% de las noticias provenían de cables y agencias de relaciones públicas, de las cuales el 60% era reproducción textual (Davies, 2008: 52). En la Argentina, una investigación sobre calidad periodística concluyó que 59% de las noticias analizadas provenía de “informaciones entregadas o producidas por la fuente y sólo un 27% se originaron por iniciativa del medio (De la Torre et al., 2004:70). Una de las pocas investigaciones realizadas en el país sobre el perfil de los periodistas, planteaba ya a mediados de los noventa la necesidad de estudiar este problema en su complejidad: “Los resultados obtenidos en numerosos trabajos que revelan una dependencia de los departamentos de relaciones públicas de todo tipo en cuanto a los

contenidos que se publican, también pone en tela de juicio la autonomía que efectivamente puedan tener los medios de comunicación y la independencia de los periodistas en la elección y transposición de temas” (Frank Priess en Beliz et al., 1998: 163). Sin embargo, salvo la excepción del trabajo de Estudio de comunicación y la Universidad Austral (2008), esta problemática no se ha vuelto a tratar con trabajos de campo sistemáticos.

Las investigaciones realizadas en el país sobre las noticias se concentraron en el análisis de los mensajes más que en las rutinas de producción de los que surgen. Y esta es una de las razones que llevan a Martini y Luchessi a concluir que “La investigación sobre el periodismo en nuestro medio no ha alcanzado, con todo, un espacio de jerarquía relevante en el ámbito académico y tampoco en el de la práctica misma” (Martini et al., 2004: 203). Contar con un perfil de los periodistas es metodológicamente el paso previo para entender el proceso de producción de noticias, y determinar cuáles son los aportes que hacen las relaciones públicas al mismo y de qué forma intervienen.

- **Justificación del Estudio**

La investigación del tema permitió realizar un relevamiento de las condiciones de producción de noticias, que es el paso previo para establecer el papel importante que cumplen los agentes de prensa en la construcción de la agenda mediática. De esta manera, se inscribirá la acción de las relaciones públicas en la construcción de la información y de la agenda, que a veces se ha restringido a otras disciplinas. Contar con una base empírica como la que proporciona este estudio mundial, realizado con una sólida metodología probada en una anterior edición, proporcionará una radiografía de la construcción de la información en Argentina que además permitirá realizar un análisis comparativo con los otros países participantes

- **Limitaciones**

En Argentina, esta línea de estudio prácticamente no ha tenido desarrollo, hay pocos datos disponibles de la forma en que los periodistas desarrollan su trabajo, insumo principal para organizar la gestión de prensa.

Una indagación previa identificó solo tres investigaciones realizadas en Argentina sobre los periodistas en los últimos quince años con una metodología de encuesta muestral, y solo dos de ellas hicieron una exploración del vínculo entre periodistas y jefes de prensa (Estudio de comunicación y Universidad Austral, 2008; Beliz y ot., 1998). El rastreo de antecedentes de estudios del periodismo permitió concluir que el principal obstáculo con el que nos encontramos en Argentina es que no existe un censo de periodistas ni datos de cuáles son sus lugares de inserción laboral, y mucho menos de las condiciones en que desarrolla su tarea (Amado, 2012). La academia argentina no ha desarrollado esta línea de investigación que entiende que el límite entre el periodismo y las relaciones públicas es cada vez más difuso.

Sin embargo, aunque no estén considerados en las encuestas, y mucho menos en las mesas de discusión de los foros académicos focalizados en los roles modélicos, existen formas de ejercicio del periodismo que se desarrollan en las oficinas de prensa con lo que se produce una superposición de funciones típicamente asociadas a las relaciones públicas. Las investigaciones en otras partes del mundo confirman que es especialmente notorio el crecimiento de los profesionales que desarrollan funciones en las áreas de prensa y comunicación. En Europa y en Estados Unidos desde hace tiempo esta función está institucionalizada y ha sido objeto de investigaciones que dan cuenta de su impacto en la información (Charron, 1995; Hallin, 1997; McCombs, 2006; Ramírez, 1996; Waisbord, 2012). En nuestro país, las áreas de comunicación de las organizaciones se han convertido en un espacio de inserción profesional para los periodistas, especialmente en las áreas estatales, que son las que tuvieron más crecimiento en la última década en lo que hace a presupuestos de investigación.

Sin embargo, muchos miran ese fenómeno con desconfianza y lo señalan como una deformación de la profesión derivada de las pobres condiciones laborales que ofrecen los medios, más que cambios instalados en las prácticas profesionales. Mientras en el Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina muchos de sus miembros son periodistas en ejercicio de funciones de comunicación, en el Foro del Periodismo Argentino la posición dominante es que periodista era sólo el que trabajaba para los medios. Sin embargo, y especialmente en el interior del país los espacios por

fuera de las redacciones son los únicos que permitían desarrollar un periodismo independiente, y las tareas de comunicación las que suelen dar sustento económico a los periodistas.

Esta polémica abierta evidencia una dicotomía que atraviesa como prejuicio la formación universitaria: el periodista informa y el comunicador manipula. Este prejuicio atraviesa los escasos análisis que se elaboraron en Argentina acerca de cómo se construye la información. Como se planteó en un escrito previo:

No importa que existan cientos de ejemplos donde esas funciones se invierten, porque hay periodistas que operan (para terceros o para los intereses de la empresa periodística para la que trabaja) y comunicadores que producen información genuina e imprescindible para la ciudadanía. En última instancia, parecería que toda desviación de ese modelo del periodista investigador no es considerada en la discusión dominante. Sin embargo, si entendemos la función del periodista como un productor de información de utilidad social, la cuestión no es para quién trabaja, sino cuáles son sus competencias profesionales y el marco ético en las que las desempeña. (Amado, 2012b, p. 47)

Esta dicotomía no existe de manera tan tajante en otros lugares. En Europa es admitido hace muchos años que las funciones de comunicación están estrechamente relacionadas con el trabajo del periodismo al punto que, por ejemplo, la Asociación de Periodistas de Alemania (Deutscher Journalisten-Verband) acepta por igual entre los socios aquellos que ejercen el periodismo en los medios, los que lo hacen en calidad de free lance o los que se desempeñan en organizaciones como jefes de prensa. En España también forman parte de la Asociación de Prensa de Madrid los periodistas que trabajan en las áreas de prensa.

En Chile las funciones de periodismo y de relaciones públicas se consideran asociadas a la profesión, al punto que muchas carreras incluyen materias relacionadas con comunicación, entendiendo que seis de cada diez periodistas en ese país no trabajan en medios (Mellado & Subervi, 2012: 13). Una investigación realizada en la segunda región de Chile señala que 42% de puestos laborales vinculados a comunicación corporativa y un 38,5% a

contenido de prensa (Sáez & Barría, 2012). En Argentina no existen estudios previos sobre esos espacios profesionales que no responden estrictamente a las Relaciones Públicas o al Periodismo, en su concepción más estricta, pero que combinan características de ambas disciplinas. En varios países, cercanos cultural y geográficamente, se analiza el tema sin prejuicios. De hecho, el tema fue objeto de una mesa especial en el I Congreso Internacional de Periodismo, realizado en junio de 2012 en Santiago de Chile, con lo que se le otorgó la misma jerarquía académica que otras tendencias como los desarrollos digitales o el periodismo ciudadano.

Por lo expuesto, se planteó que las principales limitaciones con las que se enfrentó este trabajo fue la carencia de datos de la población a investigar, cuya resolución se explica en extenso en el apartado de la metodología y la falta de antecedentes de estudios sobre el objeto de estudio. Esto significa que existe una incompreensión de los alcances de lo estudiado y un desconocimiento los marcos teóricos que sustentan las nuevas investigaciones de relaciones públicas que integran en un mismo modelo aportes de disciplinas tales como el periodismo, la ciencia política y los estudios de opinión.

- **Alcances del Trabajo**

Contar con base empírica que dé cuenta de la interacción de estos dos participantes permitirá plantear de manera interdisciplinar el estudio de la información pública, incluyendo el papel central de las relaciones públicas. La indagación en la cultura periodística es el primer paso para determinar el tipo de influencia que tienen las relaciones públicas en las noticias para inscribir la disciplina en un nuevo modelo de producción informativa que reconozca la gestión de los relacionistas como un actor más en la construcción de información. Esta perspectiva conceptual y de investigación ha sido ampliamente desarrollada por investigaciones realizadas en otros países (Ramírez, 1995; Rolke, 2002; Mellado et al., 2011) y en algunos escritos en el país (Amado, 2007; 2010 a, b, c; 2011b), cuya metodología y base teórica ha orientado las prácticas de investigación con los alumnos en la materia Teoría de la comunicación II, de la Licenciatura en RRPP de la UnLaM.

- **Objetivos propuestos para la investigación:**

- Objetivo general:

- Identificar los factores de influencia en la información de prensa en la Argentina a partir de la descripción de las condiciones de producción de los periodistas y su interrelación con las acciones de Relaciones Públicas.

- Objetivos específicos:

- Indagar en una muestra representativa de periodistas variables descriptivas del proceso de producción de información de prensa.
 - Determinar un perfil de los periodistas argentinos e identificar los principales condicionantes en la producción de noticias.
 - Aportar los datos correspondientes a Argentina de la encuesta mundial de la red "Worlds of Journalism".
 - Identificar potenciales factores de influencia de las áreas de prensa y relaciones públicas en los procesos de producción de información.
 - Detectar aspectos críticos en la relación de los periodistas con sus fuentes y los relacionistas.

- **Hipótesis**

El supuesto del que partió esta investigación fue que la información es una construcción conjunta entre los periodistas y las oficinas de prensa y las áreas de relaciones públicas, y su hipótesis central es que las relaciones públicas inciden en el proceso de producción noticiosa para lo cual conocer su influencia es necesario para mejorar las acciones de prensa y aportar a la calidad de la información.

Esta investigación se ocupó de investigar los actores que participan en la construcción de la información, especialmente en lo que hace a la interacción de los periodistas y áreas de relaciones públicas. Los resultados de la investigación ofrecen un perfil de los periodistas argentinos y sus factores de influencia, dato central para la elaboración de estrategias de acción de las relaciones públicas en las noticias. De esta manera, el análisis de los datos permitirá en futuras investigaciones redefinir los alcances de la hipótesis en el

sentido de que permiten precisar los alcances de la incidencia. Siendo que los datos muestran la clara influencia de las relaciones públicas en la construcción de noticias, queda abierta la formulación de hipótesis en cuanto a su grado de impacto y en los aspectos de las noticias en las que intervienen.

La indagación en la cultura periodística a partir de una encuesta global ofrece datos a partir de los cuales se podrá dimensionar la interacción de los periodistas con sus fuentes y evaluar la influencia que tienen las relaciones públicas en las noticias. El análisis de estos datos junto con otras variables concomitantes podrá establecer en futuras investigaciones un nuevo modelo de producción informativa que reconozca la gestión de los relacionistas públicos como un actor más en la construcción noticiosa.

-Desarrollo:

La investigación desarrollada representó el capítulo correspondiente a Argentina de la encuesta mundial de la red “Worlds of Journalism”¹ que se aplicó en el mismo período en 80 países de todo el mundo a través de unidades académicas equivalentes. Por su encuadre metodológico, la investigación consiste en la elaboración, administración y análisis de una encuesta a un grupo profesional realizada a través de cuestionario estructurado a informantes seleccionados en organizaciones productoras de noticias, clasificadas en función de tipo de medio y su alcance (local/regional).

Al estar basado en una metodología cuantitativa el estudio requiere de la determinación de una muestra sistemática, cosa que planteó dificultades desde el inicio del trabajo por las falencias en los datos de medios y profesionales de la comunicación. La debilidad de la representación gremial del periodismo y la inexistencia de consejos profesionales en el país es la causa por la que no se puede usar a esas organizaciones profesionales como referencia alternativa para esos datos, como suelen tomar los estudios de otros países de la red Worlds of journalism y obligó al equipo de trabajo a dedicar

¹ <http://www.worldsofjournalism.org/>

una buena parte al relevamiento de encuestas similares en busca de antecedentes (Amado, 2012).

Este trabajo inicial permitió constatar que los estudios sobre la profesión periodística hechos con una metodología cuantitativa no superaban la decena de trabajos, la mayoría de los cuales consideraban una muestra muy pequeña, mayormente acotada a medios de la ciudad de Buenos Aires.

De los trabajos identificados, solo la encuesta realizada por la organización Fopea (Foro de Periodismo Argentino & CIO Argentina, 2011) consideraba medios de todo el país y una cantidad importante de informantes. El director ejecutivo de la organización, Andrés D'Alessandro confirmó que no se sabe "con exactitud qué cantidad de periodistas en ejercicio hay en la Argentina, y mucho menos cuántos a nivel provincias" (Amado, 2012, p. 125). En función de ello, Cecilia Mosto, directora de esa encuesta, propuso partir de los listados disponibles en Fopea y sumar referencias de los socios de todo el país para garantizar representatividad y fijar un piso estadísticamente aceptable para poder analizar la información por zonas. Sin embargo, por ese mismo camino metodológico los resultados de esa encuesta no ofrecen cuotas demográficas que permitan inferir las del universo.

Esta situación no es distinta de la que se encuentra en otros países de Latinoamérica, donde los estudios cuantitativos sobre cultura y actitudes del periodismo han sido esporádicos (Mellado, Moreira, Lagos, & Hernández, 2012), al igual que la consideración de los marcos teóricos que consideran esta metodología para su estudio. Para resolver estas falencias, entre los investigadores latinoamericanos se convino con la coordinadora regional del estudio, Claudia Mellado de la Universidad de Santiago, Chile, que para suplir la ausencia de datos de periodistas, se podía usar como base para la estratificación el sistema mediático del país. Se trata de un camino periférico hacia la determinación de la población a falta de un listado comprensivo sobre la cantidad de periodistas en ejercicio. Para ello se debe recurrir a fuentes secundarias que brinden un campo de trabajo desde donde se pueda definir, aunque sea de manera indirecta, la población y la muestra. Se debía partir de un mapa nacional de medios para buscar un sistema de indicadores sobre los cuales determinar el porcentaje de periodistas que cada provincia y cada medio de comunicación aportará al total nacional.

Este método ofrece una población indirecta que arrojará un número de medios distribuidos en cada provincia para, a partir de allí, determinar la cantidad de periodistas que conformarán la muestra de acuerdo al criterio de muestreo que se estipula para el estudio. Como proponen Boyd y Westfall, se trataba de la mejor aproximación posible para determinar el dato que represente de mejor manera a la población y luego se ajustará la muestra para disminuir el margen de error y las desviaciones (Boyd et al., 1996, p. 364)

Esto planteó un segundo desafío al equipo de investigación argentino, en tanto que el sistema de medios local tampoco cuenta con datos consolidados que brinde un dimensionamiento confiable. La mayoría de las compilaciones, incluso las del Sistema de Información Cultural de la Argentina,² trabaja con datos de la industria muchos de los cuales son parciales, como los que brinda el Instituto Verificador de Circulaciones, que solo registra datos de sus asociados, esto es, no de la totalidad de medios gráficos.

A nivel de la administración pública el ente regulador del sector, AFSCA (Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual), no ofrecía a la fecha en que se diseñó la muestra (fines de 2012) con un censo de medios audiovisuales en la República Argentina accesible públicamente. En cualquier caso, cada una de las fuentes ofrecía datos de cada sistema de medios por separado, obtenidos con métodos muy diferentes (registros, declaraciones juradas, estimaciones, guías comerciales, etc.).

La revisión arrojó que la base de datos a nivel país que ha resultado más completa y que reúne los criterios metodológicos para ser aplicada a la investigación es la que provee la organización Diarios sobre Diarios (DsD). Se trata de la guía denominada “Mapa de Medios de la Argentina” que va por su vigesimosexta edición, lo que da cuenta de varias actualizaciones en la última década y que sobresale por ser más abarcativa del panorama nacional gracias a los relevamientos periódicos que realiza en cada una de las provincias. La validez de esta fuente se apoya, por tanto, en su independencia como empresa del sector privado y en su recurrencia en la publicación de este mapa. A los efectos de este estudio, la consultora facilitó al equipo de investigación del Proince 160 la vigesimoquinta edición, que consideraba más de cinco mil

² Consulta en <http://sinca.cultura.gov.ar/sic/estadisticas/>

medios de todas las provincias hacia fines de 2012. Esta base fue retabulada por el equipo de trabajo para poder organizarla por provincia y por región.

Para la correcta determinación de la muestra se aplicaron los filtros poblacionales planteados por el comité de Worlds of Journalism,³ tanto en la determinación de la muestra como para el recorte de medios a ser considerados como *news media*. Las pautas de Worlds of Journalism no determinan que la muestra cumpla un criterio de selección determinado aunque propone un sistema aleatorio simple. En el caso argentino, el sistema indirecto seleccionado para determinar la población, sin imponer un criterio específico sobre esto, permite trabajar un esquema estratificado y una asignación incidental de acuerdo con la filiación que los medios radicados en las provincias puedan tener con medios de alcance nacional.

La estratificación se tomó a partir de la nueva regionalización del territorio argentino. Lo que se buscó al estratificar la población y posteriormente la muestra, es considerar el correlato existente entre la distribución demográfica que existe hoy en la Argentina y la cantidad de medios de comunicación radicados en cada región. De este modo, se asignó la participación relativa de cada región sobre el total de la población residente en el territorio nacional, distribuida en las regiones.

Debe mencionarse que el criterio de regionalización de la Argentina no es estrictamente uniforme, sino que es compartido por cinco de los nueve ministerios del Poder Ejecutivo Nacional. En el caso de un ministerio tan central para el sistema estadístico como el de Economía,⁴ presenta un documento interno con su propio criterio, al igual que la provincia de Buenos Aires que emite un documento en 2011 donde presenta su propia regionalización, ignorando todos los convenios firmados por los demás estados provinciales. Sin embargo, los acuerdos multilaterales firmados entre las provincias determinaron la nueva regionalización de la Argentina. Con excepción de la provincia de Buenos Aires y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, las demás

³ <http://www.worldsofjournalism.org/>

⁴ **MECON. regionalización: Nota metodológica.**

http://www.mecon.gov.ar/peconomica/dnper/reg_notas_meto.pdf tomado el 31 de enero de 2013

han firmado tratados interprovinciales de integración⁵ conformando cuatro regiones para diversos fines:

- Región del Norte Grande Argentino, formada por las provincias de: Catamarca, Corrientes, Chaco, Formosa, Jujuy, Misiones, Tucumán, Salta y Santiago del Estero. (759.883 km²)
- Región del Nuevo Cuyo, formada por las provincias de: La Rioja, Mendoza, San Juan y San Luis. (404.906 km²)
- Región Patagónica, formada por las provincias de: Chubut, La Pampa, Neuquén, Río Negro, Santa Cruz y Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur. (930.638 km²)
- Región Centro, formada por las provincias de: Córdoba, Entre Ríos y Santa Fe. (377.109 km²)

En base a ello se considera la definición que agrupa las provincias en cinco regiones: Región Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) y provincia de Buenos Aires; Región Centro (Córdoba, Santa Fe y Entre Ríos); Región Norte Grande (Chaco, Corrientes, Formosa, Misiones, Catamarca, Jujuy, Salta, Santiago del Estero y Tucumán); Región Nuevo Cuyo (Mendoza, San Juan, San Luis y La Rioja); Región de la Patagonia (La Pampa, Chubut, Neuquén, Río Negro, Santa Cruz y Tierra del Fuego).

Este sistema es adoptado por las provincias en la actualidad ya que han presentado sus planes estratégicos para el desarrollo en conjunto y han presentado sus sitios en internet de manera conglomerada. A partir de este recorrido se estableció una muestra aceptable a los parámetros que exige el grupo Worlds of Journalism, a partir de la extracción de un grupo de medios distribuidos entre las distintas regiones del país con los siguientes criterios:

1. Se utilizó la información del último censo poblacional de la República Argentina realizado en 2010 para definir la densidad demográfica de cada provincia y en consiguiente, de cada región.⁶

⁵ REEI. Mariano Ferrero. <http://www.reei.org/index.php/revista/num11/articulos/glocalizacion-accion-regionalismo-paradiplomacia-argentina-cono-sur-latinoamericano> Tomado el 25 de enero de 2013

⁶ INDEC - Censo poblacional 2010. En <http://www.censo2010.indec.gov.ar/>

2. Se realizó el agrupamiento de las provincias en regiones de acuerdo al sistema de regionalización que surge de diversos tratados interprovinciales, que ha sido descrito anteriormente.

3. El criterio de regionalización propone, dada la diversidad demográfica en la Argentina, una estratificación acorde.

4. Las características demográficas del país demuestran que la mayor concentración poblacional y de medios de comunicación se encuentra en la región que reúne a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y a la Provincia de Buenos Aires. Esto implicaría que se podría trabajar con un intervalo de confianza menor al 5 %. Sin embargo, la baja densidad que ocurre en el resto del país hace que las regiones que ocupan la mayor porción del territorio no concentren una cantidad equiparable de habitantes, facilitando la ocurrencia de una dispersión en los datos. Esto ha requerido ajustar el intervalo de confianza a un 5 %.

5. El número de medios que conformó la población determinada para el estudio según la base de Diario sobre Diarios fue de 3490 ítems.

6. El nivel de confianza, mediante el que se asegura la certeza de los datos a obtener en la investigación (Wrench et al., 2013, p. 332), se ha definido en el 95% dada la dispersión geográfica (que es ajustable en los casos de las regiones Centro y CABA y Buenos Aires), pero que es prácticamente inviable en el resto del país. Asimismo, la falta de certeza sobre la exactitud de los datos que provee la base de Diario sobre Diarios, no permite trabajar un nivel mayor sin caer en una redundancia sobre el mismo error poblacional.

7. El cálculo de la muestra, con el nivel de confianza del 95% y un intervalo de confianza de +/-5%, arroja un resultado de 346 casos a relevar como muestra del estudio.

La muestra fue dividida de acuerdo a la participación de cada región sobre el total poblacional, de acuerdo a lo que se presenta en la siguiente tabla:

Tabla de distribución muestral

Provincia	Población	Región	% / Total	Muestra
Total del país	40.117.096		100%	346
Ciudad Autónoma de Buenos Aires	2.890.151	CABA y Bs. As.		
Buenos Aires	15.625.084	CABA y Bs. As.	46,15%	160
Córdoba	3.308.876	Centro		
Entre Ríos	1.235.994	Centro		
Santa Fe	3.194.537	Centro	19,29%	67
Chaco	1.055.259	Norte Grande		
Corrientes	992.595	Norte Grande		
Formosa	530.162	Norte Grande		
Misiones	1.101.593	Norte Grande		
Catamarca	367.828	Norte Grande		
Jujuy	673.307	Norte Grande		
Salta	1.214.441	Norte Grande		
Santiago del Estero	874.006	Norte Grande		
Tucumán	1.448.188	Norte Grande	20,58%	71
Mendoza	1.738.929	Nuevo Cuyo		
San Juan	681.055	Nuevo Cuyo		
San Luis	432.310	Nuevo Cuyo		
La Rioja	333.642	Nuevo Cuyo	7,94%	27
La Pampa	318.951	Patagonia		
Chubut	509.108	Patagonia		
Neuquén	551.266	Patagonia		
Río Negro	638.645	Patagonia		
Santa Cruz	273.964	Patagonia		
Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur	127.205	Patagonia	6,03%	21

Se encontraron algunas situaciones o escenarios sobre la base muestral que atentan contra el espíritu aleatorio del estudio. Sin embargo, el uso de modelos, tanto estratificados como axiomáticos, provee el planteo de posibilidades hipotéticas de trabajo, que habilitan la continuación del estudio (Schuster, 2004, p. 36).

Una vez determinada la cantidad de medios y su gravitación muestral por región en la Argentina, resta zanjar la brecha desde esta posición hasta llegar al periodista. Para esto se analizaron dos posturas posibles:

- a) *Determinación de un sistema incidental.* En este caso, se determinarían los medios a través de una selección realizada a partir del equipo de investigadores y los medios a su vez determinarían a qué periodistas de su nómina les sería administrada la encuesta de *Worlds of journalism*. El inconveniente que presenta esta alternativa es la pérdida de parcialidad del estudio ante la supresión del carácter aleatorio en la totalidad de la muestra. Sin embargo, dada la falta de información, sea estadística o de nóminas profesionales, puede ser una alternativa viable ante la posibilidad de fallar en la recolección de datos total para la investigación.

- b) *Determinación semialeatoria.* Esta opción, que recibe el favor metodológico de la reunión del equipo de investigación, implica determinar la selección de los medios de acuerdo a la planilla denominada *Sampling scheme for news organizations, number of news organizations and journalists selected in media category* que figura en el manual de campo (*Sampling Instructions*) utilizado para el estudio piloto (realizado entre 2007-2011). Este método evita la interferencia en el proceso aleatorio y aunque se propone que el medio seleccionado proporcione los nombres de los periodistas a entrevistar, esto evita la pérdida de aleatoriedad de esta muestra.

La planilla planteada en el estudio piloto se reproduce a continuación.⁷

⁷ Citada en <http://www.worldsofjournalism.org/pilot.htm>, consultada en mayo de 2013.

Medio	Nivel	Nacional	Local	Total
Diarios	<i>Calidad. Orientadas al ciudadano</i>	2 (10)	3 (15)	5 (25)
	<i>Popular: Orientadas al consumidor</i>	1 (5)	1 (5)	2 (10)
Semanarios de interés general (revistas/periódicos)	<i>Calidad. Orientadas al ciudadano</i>	1 (5)	–	1 (5)
	<i>Popular: Orientadas al consumidor</i>	1 (5)	–	1 (5)
Agencias de noticias		1 (5)	–	1 (5)
Televisión	<i>Públicas / estatales</i>	1 (5)	1 (5)	2 (10)
	<i>privadas</i>	3 (15)	1 (5)	4 (20)
Radio	<i>Públicas / estatales</i>	1 (5)	1 (5)	2 (10)
	<i>privadas</i>	1 (5)	1 (5)	2 (10)
Total		12 (60)	8 (40)	20 (100)

De estas dos opciones, cualquiera podía adaptarse a los objetivos del estudio. Sin embargo, la segunda presupone una nueva reclasificación de la base regionalizada para detectar cada categoría presentada en esta tabla y así

prorratar los datos muestrales. A partir de la distribución de la muestra entre las regiones, se ponderó cuánto gravita cada categoría de medios según la tabla anterior, lo que permitió obtener una nueva distribución de la muestra donde se pueden apreciar la cantidad de ocurrencias que debe haber para cada tipo de medio en cada región y a nivel nacional.

Medio	Nivel	Región							Total
		Nacional	Local	CABA y BA	Nuevo Cuyo	Norte Grande	Centro	Patagonia	
Diarios	<i>Calidad</i>	35 (10)	52 (15)	14	7	11	8	11	87 (25)
	<i>Popular</i>	17 (5)	18 (5)	5	2	4	3	4	35 (10)
Periódicos	<i>Calidad.</i>	17 (5)	–	0	0	0	0	0	17 (5)
	<i>Popular</i>	18 (5)	–	0	0	0	0	0	17 (5)
Agencias de Televisión		17 (5)	–	0	0	0	0	0	17 (5)
Televisión	<i>Públicas/ estatales</i>	17 (5)	18 (5)	6	2	5	2	3	35 (10)
	<i>Privadas</i>	52 (15)	17 (5)	5	2	5	2	3	69 (20)
Radio	<i>Públicas/ estatales</i>	17 (5)	18 (5)	1	2	6	5	4	35 (10)
	<i>Privadas</i>	18 (5)	17 (5)	1	2	5	5	4	35 (10)
Total		208 (60)	140 (40)						346 (100)

* Las diferencias se producen por el redondeo de decimales

De este modo, se obtuvo una muestra uniforme que continúa la promesa de aleatoriedad que propone el estudio. Asimismo, este sistema permite proyectar futuras investigaciones dado que se podrá seguir el proceso de cálculo y aplicar los valores variables sin importar la nueva dimensión que tome el dato poblacional.

La República Argentina exhibe una situación sumamente compleja dada la cantidad de medios de comunicación que conviven en su territorio y por el carácter nacional que revisten muchos de ellos, llegando hasta los rincones más alejados del país. Asimismo, en el orden gubernamental, existe una práctica habitual en la generación de escritos y otros documentos que no siempre aportan datos que puedan ser considerados como válidos desde la visión académica. Esta situación hace mucho más complejos los criterios de trabajo de los investigadores e insume una importante dedicación a las primeras etapas de cada trabajo como la determinación la población, su distribución y el muestreo.

Asimismo, para el cotejo de los datos, una vez administrado cada cuestionario y con el objetivo de asegurar el máximo apego a la definición de la muestra se han incorporado una serie de preguntas técnicas que servirán para un ordenamiento y segmentación posterior sobre los entrevistados. De este modo se logra zanjar la distancia entre la muestra, que había tenido que ser definida desde los medios para ser luego administrada a periodistas. Los datos obtenidos a partir de estas preguntas técnicas se ajustan a la descripción que propone Worlds of journalism en el cuestionario de la edición 2013-2014,⁸ que es el que se aplicará en el estudio argentino. Los datos que permitirán una más ajustada segmentación son los siguientes:

- Tipo de medio
 - 1 Diario
 - 2 Periódico

⁸ Field Manual Worlds of Journalism, disponible en <http://www.worldsofjournalism.org/docs/Field%20Manual%201.3.pdf> [consultado en mayo de 2013]

- 3 Revista
- 4 Televisión
- 5 Radio
- 6 Agencia de noticias
- 7 Medio online (independiente)
- 8 Medio online (autónomo dentro de otro medio)
- Alcance del medio
 - 1 Local
 - 2 Regional
 - 3 Nacional
 - 4 Transnacional
- Propiedad del medio
 - 1 Propiedad privada
 - 2 Propiedad pública
 - 3 Propiedad estatal
 - 4 Propiedad mixta, pero mayormente privada
 - 5 Propiedad mixta, pero mayormente pública
 - 6 Propiedad mixta, pero mayormente estatal

En resumen, la tarea de definición del campo muestral para el trabajo propuso un desafío ante un entorno que presenta diversas alternativas y caminos que llevan a encierros metodológicos. El desarrollo de esta metodología fue presentado en el Congreso Internacional realizado en la Universidad de Quilmes. La propuesta metodológica fue seleccionada por el comité científico para participar del “First Worlds of Journalism Study Convention” encuentro internacional de la red Worlds of Journalism Study en Thessaloniki, Grecia el 27 de marzo de 2014, para el cual la Dra. Adriana Amado Suárez fue invitada por los directores de la convención con el objetivo de contar al conjunto de investigadores internacionales los resultados de la investigación en Argentina.

Asimismo la Dra. Adriana Amado Suárez forma parte del Comité académico de las Jornadas BAPIJOR, Brasil-Argentina organizadas por la Universidade Federal Santa Catarina y la Universidad Nacional de Río Negro.

En ambas actividades la directora del proyecto fue invitada especialmente por los organizadores, que corren con los gastos del viaje.

Trabajo de campo

Una vez determinada la muestra se distribuyó entre los investigadores los formularios de la encuesta. Paralelamente al diseño de la muestra se trabajó con el equipo de investigadores de Iberoamérica para traducir el cuestionario de modo que todos los países aplicaran la misma encuesta. Los investigadores con los que se trabajó en red para esta etapa fueron:

Coordinadora regional: Claudia Mellado, Universidad de Santiago

Argentina: Adriana Amado, National Universidad Nacional de La Matanza

Bolivia: Erick Torrico, Observatorio Nacional de Medios

Brasil: Sonia Virginia Moreira, Universidad Estatal de Rio de Janeiro

Chile: Claudia Mellado y Salomé Sola, Universidad de Santiago

Colombia: Jesús Arroyave, Universidad del Norte

Costa Rica: Sonia Gutierrez, Universidad Nacional de Costa Rica

Ecuador: Gabriela Falcóni, Universidad San Francisco de Quito

Jamaica: Nova Gordon-Bell, Universidad de Tecnología

Mexico: Sallie Hughes, University of Miami, Mireya Márquez, Universidad Iberoamericana, Marco Lara Klahr, Institute of Justice and Criminal Procedure

Una vez traducido y consensuado el cuestionario con el grupo internacional, el equipo argentino agregó preguntas específicas al estudio argentino que convivían con las agregadas de manera consensuada con el equipo iberoamericano. De esta manera al cuestionario global se le agregaron preguntas específicas de la región y de Argentina que aparecen en la encuesta con los códigos M y A (se adjunta el formulario de la encuesta en Anexo).

A partir de la impresión de las encuestas, se hicieron reuniones de capacitación para los encuestadores para interiorizarlos del procedimiento de entrevista. El período de capacitación y pre test se realizó entre diciembre de

2012 y mayo de 2013, donde se realizaron las primeras encuestas y se revisaron cuestiones de procedimiento a los efectos de obtener la mayor uniformidad en las respuestas.

En la misma época, la directora del proyecto sostuvo varias reuniones con asociaciones del sector y directivos de medios de comunicación para abrir contactos que permitieran a los encuestadores presentarse. Los entrevistadores se presentaban a partir de estos contactos, mediante el siguiente mensaje:

“Buenos días (tardes, noches)

Mi nombre es..... (Nombre completo), y soy investigador de la Universidad Nacional de la Matanza. Estamos llevando a cabo una encuesta con la finalidad de comprender mejor el estado del periodismo y los medios de comunicación de todo el mundo y la universidad está a cargo de aplicar las entrevistas en Argentina.

La información es parte de un cuestionario anónimo y los datos que me proporcione serán mantenidos en la más estricta reserva. Nadie, excepto el equipo del proyecto autorizado, podrá ver sus respuestas. Y los datos serán procesados conjuntamente, sin análisis personal de los cuestionarios. Su información será combinada con las respuestas obtenidas de otros miles de periodistas de todo el mundo. Su participación es completamente voluntaria y usted no tiene que contestar las preguntas que no quiera.

La entrevista tomará alrededor de 30 a 40 minutos. Sé que su tiempo es valioso así voy a tratar de que el cuestionario se realice lo más rápido posible.

Permítame comenzar, por favor, a obtener algo de información acerca del tipo de medio en que se desempeña para poder luego sacar variables alrededor de los lugares de trabajo”.

El nivel de respuesta a los contactos fue aproximadamente que uno de cada tres periodistas contactados accedió a realizar la encuesta, lo que da cuenta del esfuerzo que implicó el trabajo de campo, que requirió coordinación con autoridades de los medios o referidos para poder concretar las entrevistas. Adicionalmente se contó con la colaboración de profesores que se sumaron al trabajo de campo realizando encuestas en lugares en que era imposible que los investigadores locales pudieran completar la cuota, dado que telefónicamente se hacía muy difícil las entrevistas. El equipo se enriqueció con

los aportes de los profesores Néstor Rodolfo Cruz, de la Universidad Nacional de Jujuy; Martín Ostolaza, de la Universidad Nacional de Rosario; y Raquel Tarullo, de la Universidad Nacional del Centro. También se sumó como encuestador Guillermo Spina, de la carrera de Comunicación Social de la UNLaM.

Dado que el procesamiento de los datos se realiza con el programa SPSS, el equipo de investigación participó en un curso denominado “Seminario de Introducción al Análisis Estadístico multivariado con SPSS” organizado por la Secretaría de Ciencia y Tecnología en conjunto con el Departamento de Ingeniería de la UNLaM. El curso tuvo como objetivo introducir a los investigadores del Departamento de Ciencias Sociales y Humanidades en el análisis cuantitativo de datos a través de la aplicación de un programa como el SPSS que permite el análisis estadístico multivariado. El seminario se dictó en 8 clases (28/10/2013 al 6/12/13), y se realizaron clases teóricas y prácticas. Los integrantes del equipo que asistieron a la capacitación fueron: Adriana Amado, Maximiliano Bongiovanni, Oscar Valencia y Carla Vara.

A partir del curso se adaptó la matriz de SPSS original para agregar las preguntas de específicas de Argentina. Eso demoró la carga de los datos, dado que la nueva matriz tuvo que ser desarrollada y luego aprobada por la coordinadora de Worlds of Journalism. La tarea de carga está finalizando en marzo de 2014.

-Conclusiones

El relevamiento de antecedentes en estudios previos y el trabajo en el campo confirmó la necesidad de aportar estudios en una línea de investigación prácticamente inexistente en Argentina, que de alguna manera explica a escasa proyección a nivel mundial de estudios de periodismo y de relaciones públicas.

La escasez de estudios acerca de las condiciones en que trabaja el periodismo argentino no solo muestra el poco conocimiento del universo en estudio sino que aporta algunas pistas acerca de las líneas de investigación locales y los aspectos poco considerados (Amado, 2012a, p. 126). Todos los trabajos relevados coinciden en señalar como características de los estudios sobre

periodismo el desinterés por las metodologías cuantitativas, el escaso desarrollo de los estudios dentro de la teoría del *newsmaking*, falta de datos empíricos sobre el sector y dificultades para encontrar conclusiones que puedan ser tomadas como representativas del periodismo argentino y de su articulación con las fuentes informativas (Beliz & Zuleta Puceiro, 1998; Martini & Luchessi, 2004; Pizarro, Muller, Ghelfi, & Mitidieri, 2008; Ruiz, Alvarez Teijeiro, Elizalde, Fernández Pedemonte, & Alconada, 2001).

El esfuerzo concentrado en estudios basados en análisis de los mensajes o por metodologías de tipo etnográficas o de estudio de casos (Arrueta, 2006, 2010), muestra la preferencia por estudios estructuralistas y culturalistas con metodologías de caso, que se plantean en sus conclusiones como parciales y provisorios. Esa prudencia epistemológica sirve para legitimar la validez del estudio en particular pero confirma las dificultades con que se encuentra la investigación a la hora de establecer conclusiones para el conjunto ya que la gran masa de estudios se plantea como aproximaciones o instancias exploratorias.

Sin pretender plantear a esta altura la vieja discusión de la validez de las metodologías cuantitativas o de las cualitativas, porque ya la antinomia ha sido ampliamente superada. Lo que sí ha sido posible es plantear a hipótesis de que el desinterés por las primeras en el campo del periodismo y las relaciones públicas podría ser una de las razones por las que a la fecha no contamos con dimensiones precisas de los profesionales de una y otra disciplina ni de los distintos sistemas de medios en los que se desempeñan. Estas carencias acarrearán una seria limitación metodológica a la hora de diseñar estudios y delata la dificultad de salir de la instancia de diagnósticos parciales, siempre provisorios, en los estudios de la comunicación. Y creemos que uno de los más importantes aportes que va a hacer este Proince 160 es establecer una referencia para estudios posteriores tanto en el campo del periodismo como de las relaciones públicas. Adicionalmente, más allá del perfil profesional que aportará la investigación como resultado final, la propuesta metodológica para la selección de la muestra a encuestar puede servir de antecedente para facilitar nuevas instancias de investigación. Y deja sentado la necesidad de seguir profundizando estudios que permitan relacionar los datos sobre las

profesiones de comunicación con los sistemas de medios en que se desempeñan.

La escasez de estudios sobre la producción de noticias en Argentina y el desconocimiento de los estudios y metodologías que se manejan en el mundo abre un espacio para discutir su pertinencia en nuestros ámbitos. Los estudios de Weaver e Illnat (2012), Hallin y Mancini (2004) muestran las múltiples variables que impactan en el perfil de periodistas y cómo ello condiciona la información y el trabajo de las RRPP, y viceversa. El intercambio con los profesores Waisbord, Hanitzsch y Mellado han enriquecido enormemente al equipo de investigación con lecturas y aportes invaluableles.

El proyecto también nos ayudó a confirmar la estrecha relación que tienen los estudios de RRPP con los estudios de medios, dado que es a través de ellos que se desarrollan la mayor cantidad de herramientas de comunicación. La integración teórica y metodológica sugerida por autores como Tunstall, Shoemaker y Reese (1996), Sigal (1973), Berkowitz (1992), Bennet y Livingston (2003), confirma que es un camino de investigación a seguir en Argentina, con sólidos antecedentes a nivel mundial. En esta línea se dirigió la tesis de Guillermo Spina, defendida en diciembre de 2013 con éxito, que muestra la aplicabilidad de este marco conceptual al estudio de fenómenos locales como fue el caso del periodismo científico. También dentro del intercambio en esa línea de trabajo se mantuvieron varias reuniones con el equipo de investigación que dirigen los profesores Martín Becerra y Natalia Aruguete en la Universidad Nacional de Quilmes, que propiciaron el intercambio entre el equipo del Proince 160 y esos docentes.

Las posibilidades que se abren de investigación son muy amplias y han permitido la consolidación de la carrera de Relaciones públicas de la Unlam como espacio de investigación académica y de reconocimiento de pares. La expectativa de consolidar líneas de investigación se cumplió ampliamente en la continuidad que el Proince 160 tiene en el proyecto Proince 174 y en proyectos que ya se han presentado y que están a la espera de su evaluación.

-Bibliografía

- Amado Adriana (2007a). "Las trampas de la prensa institucional", en *Apuntes del DIRCOM* (Larrea Juan José, editor), Buenos Aires, Ediciones del DIRCOM.
- Amado Adriana (2007b). "Por qué hablar de calidad periodística" en FOPEA, *Periodismo de calidad: debates y desafíos*, Buenos Aires, La Crujía.
- Amado Adriana (2009). "Propaganda o información pública: redefinir el rol de la prensa" del libro de Lavalle Cobo Dolores y Cornelia Schmidt-Liermann. *Las conferencias de prensa en la Argentina: situación actual y herramientas alternativas para el diálogo entre periodistas y políticos*. Buenos Aires, Konrad Adenauer.
- Amado Adriana (ed.) (2010a). *La palabra empeñada*. Buenos Aires, C3/Friedrich Ebert Stiftung.
- Amado, Adriana (2010b). *Prensa y comunicación. Relaciones informativas responsables*. Buenos Aires, La Crujía.
- Amado Adriana (2010c). "Estudio de las dos prensas: un abordaje desde las noticias", en Arrueta César; Brunet Marcelo, Guzmán Juan (compiladores) (2010), *La Comunicación como objeto de estudio: Teoría, Metodología y Experiencias de investigación*. Jujuy, Universidad Católica de Santiago del Estero, Departamento Académico San Salvador-Federación Argentina de Carreras de Comunicación (FADECCOS), San Salvador de Jujuy.
- Amado Adriana (2011a) "Las prensas de la prensa: Poder y periodismo en la Argentina de 2009", en Angelika Rettberg y Omar Rincón (comp.), *Medios, democracia y poder*, Bogotá, Universidad de los Andes.
- Amado Adriana (2011b), "Prensa y gobierno en situaciones complejas" en Riorda Mario, Fernández Pedemonte, *La gestión del disenso*, Buenos Aires, La Crujía.
- Amado, Adriana (2012a). Periodismo argentino: en busca de datos sobre la profesión. *Revista Austral Comunicación*, 1(2), 113–135. En

<http://www.austral.edu.ar/ojs/index.php/australcomunicacion/issue/view/3/showToc>

- Amado, Adriana. (2012b). "Periodismo Sin Medios." En *fuentes confiables: miradas latinoamericanas sobre periodismo*, César Arrueta y Marcelo Brunet (eds.). San Salvador de Jujuy: Ediciones DASS-UCSE.
- Arrueta, C. (2006). Estudios sobre emisores y procesos productivos en medios de comunicacion. Estado de la cuestión en Argentina. *X Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación*. San Juan.
- Arrueta, C. (2010). *¿Qué realidad construyen los diarios?* Buenos Aires: La Crujía.
- Arrueta César, Brunet Marcelo, Juan Guzmán (comps.) (2010). *La Comunicación como objeto de estudio: Teoría, Metodología y Experiencias de investigación*. Jujuy, Universidad Católica de Santiago del Estero, Federación Argentina de Carreras de Comunicación (FADECCOS).
- Beliz, G., & Zuleta Puceiro, E. (1998). *La cultura profesional del periodismo argentino. Hacia un índice riesgo-país en materia de libertad de prensa*. Buenos Aires: Cuadernos Australes de Comunicación.
- Boyd, H. W., Westfall, R., Stasch, S. F., & Blanco y Correa Magallanes, J. (1986). *Investigación de mercados: texto y casos*. México: UTEHA: Grupo Noriega Editores.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Barcelona: Alianza.
- Davis, Nick (2008). *Flat Earth News*. Londres, Chatto & Windus.
- De la Torre Lidia y María Teresa Téramo (2004). *La noticia en el espejo*. Buenos Aires, Editorial de la Universidad Católica.
- Estudio de comunicación, Universidad Austral. (2008). *Periodistas y empresas. Claves de una relación necesaria*. Buenos Aires, Universidad Austral.
- Foro de Periodismo Argentino, & CIO Argentina. (2011). *Encuesta sobre los periodistas y su profesión*. Buenos Aires. En

http://www.fopea.org/Recursos/Biblioteca_Virtual/Estudios/Clima_de_la_Actividad_Periodística_de_la_Argentina

- Hanitzsch Thomas y Claudia Mellado (2010). "What Shapes the News around the World? How Journalists in Eighteen Countries Perceive Influences on Their Work". *The International Journal of Press/Politics*, XX(X) 1–23.
- Lavalle Cobo Dolores y Cornelia Schmidt-Liermann. *Las conferencias de prensa en la Argentina: situación actual y herramientas alternativas para el diálogo entre periodistas y políticos*. Buenos Aires, Konrad Adenauer.
- Martin, W. E. (2012). *Quantitative and Statistical Research Methods*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Martini, S., & Luchessi, L. (2004). *Los que hacen la noticia*. Buenos Aires: Biblos.
- Mellado, C., Moreira, S., Lagos, C., & Hernández, M. E. (2012). Comparing Journalism Cultures in Latin America: The Case of Chile, Brazil and Mexico. *International Communication Gazette*, 74, 60–77.
- Mellado Claudia y Folker Hanusch (2011), "Comparing professional identities, attitudes, and views in public communication: A study of Chilean journalists and publicrelations practitioners", Ponencia, Conferencia Anual de la Asociación Internacional de Comunicación (ICA), el 28 de mayo.
- Miège Bernard (2007). "Hacia nuevos planteamientos. La cuestión de las TIC". *Revista Telos*, Octubre-Diciembre, N° 73.
- Pizarro, A., Muller, M. J., Ghelfi, L., & Mitidieri, V. (2008). *Periodistas y empresas. Claves de una relación necesaria* (p. 60). Buenos Aires: Universidad Austral.
- Rolke, Lothar (2002). "Periodistas y relacionistas públicos. Una relación antagónica con futuro abierto", en Priess Frank (2002). *Relación entre política y medios*. Buenos Aires, Konrad Adenauer Stiftung.
- Ramírez Txema (1995). "La influencia de los gabinetes de prensa: Las rutinas periodísticas al servicio del poder", *Revista Telos*, Madrid, N° 40, dic-feb.: 47-57.

Ruiz, F., Alvarez Teijeiro, C., Elizalde, L., Fernández Pedemonte, D., & Alconada, H. (2001). *Prensa y congreso. Trama de relaciones y representación social*. (F. Ruiz, Ed.) (KAS.). Buenos Aires: La Crujía.

Sigal, Leon (1973). *Reporters and Officials: The Organization and Politics of Newsmaking*. Lexington, D.C. Heath and Company.

Schuster, G. (2004), *El método en las ciencias sociales*. Buenos Aires: Editores de América Latina.

Wrench, J., Thomas-Maddox, C., Peck Richmond, V., & McCroskey, J. (2013). *Quantitative Research Methods for Communication*. New York: Oxford University Press.

-Anexos

Cuestionario de la entrevista aplicada en Argentina

Producción científico-tecnológica

Publicaciones

Artículos:

AUTOR (ES): Amado Suárez, Adriana. TÍTULO: *Periodismo argentino: en busca de datos sobre la profesión*. Revista Austral Comunicación VOLUMEN. 1 N° 2, pág: 113 – 135. EDITORIAL: Universidad Austral. Buenos Aires. FECHA: 29/11/2012 - ISSN 2313-9129

AUTOR (ES): Amado Suárez, Adriana, Pizzolo, Natalia TÍTULO: “A la búsqueda de fuentes de datos sobre periodismo en Argentina” en Memorias X Jornadas de Sociología: 20 años de pensar y repensar la sociología: nuevos desafíos académicos, científicos y políticos para el siglo XXI. ISBN: E-Book ISBN 978-950-29-1441-1. Alcira Daroqui; compilado por Alcira Daroqui. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.

AUTOR (ES) Amado Suárez, Adriana; Pizzolo, Natalia. TÍTULO: *Estudios de periodismo en Argentina: un campo con pocos antecedentes y menos datos*. Revista Brazilian Journalism Research - BJR Vol. 9 N°2 2013. ISSN: 1981-9854 (EN PRENSA)

AUTOR (ES) Amado Suárez, Adriana. Belén Amadeo, de la ponencia “Cristina al gobierno. Las relaciones públicas al poder”, publicado en las memorias del XI Congreso Latinoamericano de Investigadores en Comunicación (ALAIC), Montevideo, 2012. Publicado en http://alaic2012.comunicacion.edu.uy/sites/default/files/amado_amadeo_argentina.pdf

Capítulos de libro:

AUTOR (ES): Amado Suárez, Adriana. Natalia Pizzolo TÍTULO: Resignificación Epistémica de las Relaciones Públicas. Memorias de la III Jornada Internacional de Transferencia del Departamento de Humanidades y

Ciencias Sociales. UNLaM. Coordinadores Fernando Lujan Acosta, Victoria Santorsola, Gloria Mendicoa.

AUTOR (ES): Amado, Adriana; Waisbord, Silvio. TÍTULO: “Fuzzy boundaries” en *Boundaries of Journalism*, Matt Carlson (Saint Louis University) y Sett Louis (University of Minnesota) editores, Oxon (Reino Unido): Taylor&Francis. (en prensa)

AUTOR (ES): Amado Suárez, Adriana, Pizzolo, Natalia TÍTULO: “A la búsqueda de fuentes de datos sobre periodismo en Argentina” en *Jornadas de Sociología: 20 años de pensar y repensar la sociología: nuevos desafíos académicos, científicos y políticos para el siglo XXI*. Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales. Carrera de Sociología

AUTOR (ES): Amado Suárez, Adriana. TÍTULO: “Periodistas sin medios” en *Fuentes confiables: miradas latinoamericanas sobre periodismo*, de César Arrueta y Marcelo Brunet. ISBN: 978-987-26314-7-5. Pág: 17-45 (pp.353). San Salvador de Jujuy, Ediciones DASS, Universidad Católica de Santiago del Estero

AUTOR (ES) Amado Suárez, Adriana. TITULO “Periodistas argentinos: militantes del poder, esclavos de la desinformación”, del libro de Roberto Gondo (ed.), San Pablo; Politicom (ISBN 978-85-63448-34-7). AÑO 2013

AUTOR (ES) Amado Suárez, Adriana. TITULO “prólogo” del libro de Sebastián di Doménica, *Periodistas que preguntan por qué. Relatos y entrevistas sobre periodismo de investigación*, Buenos Aires, Biblos, pp. 15-17 (292 págs.) (ISBN: 9789876910316). AÑO 2013

AUTOR (ES) Amado Suárez, Adriana. TITULO “El periodismo de calidad como punto de encuentro”, Centro Carter, Caracas (en prensa). AÑO 2013

AUTOR (ES) Amado Suárez, Adriana. TÍTULO “Periodismo, credibilidad y conversación”, del libro de Daniel Dessen (ed.), Buenos Aires (en prensa). AÑO 2013

Congresos Internacionales, Nacionales, Simposios, Jornadas, otros:

AUTOR (ES): Amado Suárez, Adriana. TÍTULO: “Methodological definitions for environments without data: the Argentine case”, “First Worlds of Journalism Study Convention”, primer encuentro internacional de la red Worlds of Journalism Study en Thessaloniki, Grecia, 27 de marzo de 2014,

AUTOR (ES): Amado Suárez, Adriana. TÍTULO: “Herramientas digitales y calidad periodística”, panelista y miembro del Comité académico de las Jornadas BAPIJOR, Brasil-Argentina. Universidade Federal Santa Catarina, a celebrarse en Universidad Nacional de Río Negro, sede Viedma.

AUTOR (ES): Amado Suárez, Adriana, Ortner, Maximiliano, Bongiovanni, Maximiliano. TÍTULO: “Medios, servicio público y agencia”. Congreso Internacional UELEPICC “Comunicación, políticas e industrias: Procesos de digitalización y crisis, sus impactos en las políticas y en la regulación”. 10 al 13 de julio 2013. Universidad Nacional de Quilmes

AUTOR (ES): Gauna, Christian, Valencia, Oscar. TÍTULO: “Factores de influencia y actores participantes en la construcción de la información pública”. III Jornada Internacional de Investigación y Transferencia - “Planteos y Expectativas a los Desafíos del Siglo XXI”. 3 de diciembre 2013. Universidad Nacional de La Matanza

AUTOR (ES) Amado Suárez, Adriana y Belén Amadeo. Título de la ponencia “El periodismo que permite la comunicación gubernamental” en el XI

Congreso Nacional de Ciencia Política, Universidad Nacional de Entre Ríos y Sociedad Argentina de Análisis Sociopolítico, Paraná, 19 de julio de 2013.

AUTOR (ES) Amado Suárez, Adriana. Expositora de la ponencia “Presidenta mediática” en el Seminario Internacional de Marketing Gubernamental del Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), en Ciudad de México, 8 de noviembre de 2013.

AUTOR (ES) Amado Suárez, Adriana. Expositora en el panel “Gacetillas exitosas: Qué quieren y qué no quieren los periodistas”, en el 30º Encuentro Nacional de Estudiantes y Jóvenes Profesionales de Relaciones Públicas, del Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina, el 4 de octubre de 2013.

AUTOR (ES) Amado Suárez, Adriana (Coordinadora de la mesa “Resignificación epistémica de las Relaciones Públicas) Bongiovanni, Maximiliano; Gauna, Christian; Valencia, Oscar; Vara, Carla (asistentes y ponentes) “Pre jornada de Investigación y transferencia” organizada por el Departamento de Humanidades de la Universidad Nacional de La Matanza, 1 de octubre de 2013.

AUTOR (ES) Amado Suárez, Adriana. Asistente en la Jornada internacional de investigación y transferencia, organizada por el Departamento de Humanidades de Universidad Nacional de La Matanza, 16 de noviembre de 2012.

AUTOR (ES) Amado Suárez, Adriana. Expositora junto con Belén Amadeo, de la ponencia “Cristina al gobierno. Las relaciones públicas al poder”, en el XI Congreso Latinoamericano de Investigadores en Comunicación (ALAIIC), Montevideo, 10 de mayo de 2012.

AUTOR (ES): Amado Suárez, Adriana. TÍTULO: “Identidad, cambio y desafíos de la profesión en el siglo XXI”. I Congreso Internacional sobre

Estudios de Periodismo. 27 al 29 de junio de 2012. Universidad de Santiago, Santiago de Chile

PATICIPACIÓN EN ACTIVIDADES DE DIVULGACIÓN.

AUTOR (ES) Amado Suárez, Adriana. Expositora y capacitadora en las Jornadas sobre Medios de Comunicación y Elecciones, organizadas por la Fundación Fiedrich Ebert América Central en cooperación con el programa FES Media Latin America, celebradas en la ciudad de Panamá del 16 al 19 de octubre de 2013.

AUTOR (ES) Amado Suárez, Adriana. Expositora en el panel “El nuevo fenómeno del desencanto” en XIX Foro Eurolatinoamericano de Comunicación titulado “Despertares y desencantos”, organizado por la Fundación García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano y la Asociación de Periodistas Europeos en Ciudad de Panamá, Panamá, del 14 a 16 de octubre de 2013.

AUTOR (ES) Amado Suárez, Adriana. Expositora en las jornadas “Las relaciones públicas entre periodistas, voceros y ciudadanos”, organizadas por la Universidad del Este, La Plata, 6 de noviembre de 2013.

AUTOR (ES) Amado Suárez, Adriana. Profesora invitada al Programa de formación de jóvenes líderes políticos y comunitarios, Casa de las Leyes de la Legislatura de la provincia de Neuquén, para dictar el módulo “Medios de comunicación y democracia” 19 al 21 de setiembre 2013.

AUTOR (ES) Amado Suárez, Adriana. Expositora en la IV Cumbre Mundial de Comunicación Política, realizada en la Universidad Católica de Buenos Aires, con la ponencia “Respuestas sin preguntas: el modelo de comunicación sin periodistas”, 17 de mayo de 2013.

AUTOR (ES) Amado Suárez, Adriana. Expositora en la conferencia abierta sobre periodismo cultural para Programa de formación en crítica de artes y cultura del Instituto de las Artes de Bogotá, 16 de abril de 2013.

AUTOR (ES) Amado Suárez, Adriana. Profesora invitada en la Universidad Eafit de Medellín, Colombia, para participar en las Jornadas “Día de la Comunicación”, en la Conferencia de comunicación política “Modelos de comunicación de las gobernantes latinoamericanas” como conferencista, 18 de abril de 2013.

AUTOR (ES) Amado Suárez, Adriana. Expositora en el XI Congreso brasileño de Marketing Político, Universidad Federal de Paraná, Politicom; Curitiba, 24 al 26 de octubre de 2012. Ponencia “Experiencias en comunicación electoral en América Latina”.

AUTOR (ES) Amado Suárez, Adriana. Expositora invitada en la Asamblea Nacional del Ecuador, en la conferencia “Relaciones informativas responsables”, Quito, 13 de junio de 2012.